



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION

MAESTRIA EN DOCENCIA SUPERIOR

TESIS DE MAESTRIA
**ESTRATEGIAS DIGITALES DE GAMIFICACIÓN DIGITAL PARA LA
ENSEÑANZA DEL IDIOMA INGLES PARA LOS ESTUDIANTES DEL PRIMER
AÑO DE LA LICENCIATURA EN TURISMO DEL CENTRO REGIONAL
UNIVERSITARIO DE SAN MIGUELITO**

Trabajo presentado como requisito
para optar al grado de Maestría
en Docencia Superior

Asesora
Dra. Yamale Tejeira Palma

Por
Damaris Cristina Castillo Gordón
Octubre 2025

INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1 Situación actual.....	12
1.2 Planteamiento del problema.....	14
1.3 Justificación.....	17
1.4 Objetivos.....	20
1.4.1 Objetivo General.....	20
1.4.2 Objetivos Específicos.....	20
1.5 Delimitación.....	20
1.6 Limitaciones del estudio.....	21
CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL	
2.1 Antecedentes	23
2.2 Conceptualización.....	24
2.3 El aprendizaje del idioma ingles en la formación superior.....	26
2.4 La gamificación como estrategia educativa.....	32
2.5 Estrategias Digitales de Gamificación en la enseñanza del Inglés	40
2.5.1 Kahoot.....	41
2.5.2 Quizizz.....	42
2.5.3 Worldwall.....	43
2.5.4 Duolingo	44
2.6 Fundamento psicológico y pedagógico de la Gamificación	45
2.7 Marco legal y político educativo para la integración de Tecnología en la educación superior	48
CAPITULO III: METODOLOGIA	
3.1 Diseño de Investigación.....	52

3.1.1 Enfoque del Estudio.....	52
3.1.2 Tipo de Estudio.....	52
3.2 Hipótesis.....	53
3.3 Descripción de Indicadores.....	53
3.4 Fuentes primarias y secundarias	54
3.4.1 Fuentes primarias:	54
3.4.2 Fuentes Secundarias:.....	54.
3.5 Población y muestra.....	55
3.5.1 Población.....	55
3.5.2 Tipo de Muestra.....	55
3.6 Instrumentos	55
3.6.1 Descripción del instrumento.....	55
3.7 Variable.....	56
3.8 Procedimiento.....	57
CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	
4.1 Análisis de resultados de encuesta para estudiantes	60
4.1.1 Informe de investigación.....	60
CAPITULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	
5.1 Conclusiones	93
5.2 Recomendaciones.....	95
CAPITULO VI: PERFIL DE LA PROPUESTA	
6.1 Título.....	97
6.2 Introducción.....	97
6.3 Objetivos generales.....	97
6.4 Objetivos específicos	97
6.5 Antecedentes y justificación.....	98
6.6 Actividades/tareas / responsables	99
6.7 Personal requerido para la ejecución.....	100
6.8 Presupuesto.....	101
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	105
ANEXOS.....	111

ÍNDICE DE CUADRO

Cuadro N° 1 Distribución de estudiantes según turno y año académico	61
Cuadro N° 2 Sexo	64
Cuadro N° 3 Nivel de Preparación para hablar inglés	66
Cuadro N° 4 Plataformas digitales utilizadas por los estudiantes	69
Cuadro N° 5 Frecuencia de uso de herramientas digitales	72
Cuadro N° 6 Motivación sobre el uso de las herramientas digitales	75
Cuadro N° 7 Participacion de los estudiantes	78
Cuadro N° 8 Habilidades linguisticas.....	80
Cuadro N° 9 Frecuencia del uso de las actividades gamificadas	83
Cuadro N° 10 Ventajas del uso de juegos digitales	86
Cuadro N° 11 .. La gamificación mejora mi aprendizaje del inglés en comparación con los métodos tradicionales.	88
Cuadro N° 12 Dificultad en el uso de las herramientas digitales.....	90

ÍNDICE DE GRÁFICA

Gráfica N°1 Distribución de estudiantes según turno y año académico	Error! Bookmark not defined.
Gráfica N°2 Sexo	Error! Bookmark not defined.
Gráfica N°3 Nivel de Preparación para hablar inglés	Error! Bookmark not defined.
Gráfica N°4 Plataformas digitales utilizadas por los estudiantes ..	Error! Bookmark not defined.
Gráfica N°5 Frecuencia de uso de herramientas digitales.....	Error! Bookmark not defined.
Gráfica N°6 Motivación sobre el uso de las herramientas digitales ...	Error! Bookmark not defined.
Gráfica N°7 Participacion de los estudiantes	Error! Bookmark not defined.
Gráfica N°8 Habilidades linguisticas	Error! Bookmark not defined.
Gráfica N°9 Frecuencia del uso de las actividades gamificadas ..	Error! Bookmark not defined.
Gráfica N°10 Ventajas del uso de juegos digitales.....	Error! Bookmark not defined.
Gráfica N°11 La gamificación mejora mi aprendizaje del inglés en comparación con los métodos tradicionales.....	Error! Bookmark not defined.
Gráfica N°12 Dificultad en el uso de las herramientas digitales ..	Error! Bookmark not defined.

DEDICATORIA

A Dios, por brindarme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para culminar con éxito esta etapa académica. “Todo lo puedo en Cristo que me fortalece” (Filipenses 4:13).

A mi esposo Gabriel Suazo, por su apoyo incondicional, comprensión y aliento constante durante todo este proceso. Su compañía y confianza fueron un pilar fundamental para alcanzar esta meta.

A mi hija Gabriela y mi hijo Gabriel, quienes son mi mayor motivación y fuente de inspiración. Este logro está dedicado a ustedes, con la esperanza de que comprendan que todo esfuerzo, disciplina y dedicación siempre tienen su recompensa.

A mis padres, por su ejemplo de trabajo, responsabilidad y valores que han guiado cada paso de mi vida.

Y a todas mis hermanas que contribuyeron de alguna manera al desarrollo y culminación de esta tesis, con su apoyo, orientación o palabra de ánimo.

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a Dios, por iluminar mi camino, darme fortaleza en los momentos de dificultad y permitirme alcanzar este logro académico.

A la Universidad de Panamá, en especial al Centro Regional Universitario de San Miguelito, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente y proporcionarme las herramientas necesarias para desarrollar este trabajo de investigación.

A la profesora Yamale Tejeira, mi tutora de tesis, por su valiosa orientación, paciencia y compromiso durante todo el proceso. Su guía fue fundamental para la culminación exitosa de este estudio.

A mi esposo Gabriel Suazo, por su apoyo incondicional, comprensión y aliento constante, que me impulsaron a continuar aun en los momentos más difíciles.

A mis hijos, por ser mi mayor motivación y fuente de inspiración. Este logro también les pertenece, como testimonio del valor del esfuerzo y la perseverancia.

A mis padres, por inculcarme principios y valores que han guiado cada paso de mi vida y por su apoyo inquebrantable en cada etapa de mi formación.

Finalmente, a mis hermanas, compañeros y amigos, por su apoyo, colaboración y palabras de ánimo a lo largo de este camino académico. A todos, mi más profundo agradecimiento.

RESUMEN

El aprendizaje del idioma inglés constituye un pilar esencial en la formación de los futuros profesionales del sector turístico, dado que representa una herramienta clave para la comunicación efectiva y el desempeño laboral en contextos globalizados. No obstante, en el Centro Regional Universitario de San Miguelito se ha identificado que los estudiantes del primer año de la Licenciatura en Turismo enfrentan dificultades para desarrollar sus competencias comunicativas en inglés, particularmente en la expresión e interacción oral.

Ante esta situación, la presente investigación propone la implementación de estrategias digitales basadas en la gamificación como recurso pedagógico innovador orientado a mejorar la motivación, la participación activa y el rendimiento académico de los estudiantes. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, utilizando encuestas como instrumento de recolección de datos para analizar la percepción y el impacto de las herramientas gamificadas en el proceso de aprendizaje del inglés.

Los resultados evidencian que la incorporación de la gamificación digital incrementa significativamente el interés y la motivación hacia el aprendizaje, fomenta un entorno interactivo y dinámico en el aula, y contribuye al fortalecimiento de las competencias comunicativas en inglés. Se concluye que el uso de estrategias gamificadas constituye una alternativa eficaz para optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje en la educación superior, favoreciendo la formación de estudiantes más comprometidos, participativos y preparados para las demandas del ámbito turístico contemporáneo.

Palabras clave: gamificación digital, enseñanza del inglés, estrategias pedagógicas, turismo, educación superior.

ABSTRACT

Learning the English language is a fundamental pillar in the training of future tourism professionals, as it represents a key tool for effective communication and professional performance in globalized contexts. However, at the Centro Regional Universitario de San Miguelito, first-year students in the Bachelor's Degree in Tourism have been identified as facing difficulties in developing their communicative competencies in English, particularly in oral expression and interaction.

In response to this challenge, the present study proposes the implementation of digital gamification strategies as an innovative pedagogical resource aimed at improving students' motivation, active participation, and academic performance. The research was conducted using a quantitative descriptive approach, employing surveys to collect data on students' perceptions and the impact of gamified tools on their English learning process.

The results show that the incorporation of digital gamification significantly enhances interest and motivation in learning, promotes an interactive and dynamic classroom environment, and contributes to the development of communicative competencies in English. It is concluded that gamified strategies constitute an effective alternative to optimize the teaching-learning process in higher education, fostering more engaged, participative, and well-prepared students for the demands of the contemporary tourism industry.

Keywords: digital gamification, English language teaching, pedagogical strategies, tourism, higher education.

INTRODUCCIÓN

En un mundo cada vez más globalizado, el dominio del inglés se ha convertido en una herramienta indispensable para los profesionales del turismo, ya que permite comunicarse con visitantes internacionales y desenvolverse con confianza en entornos laborales diversos. Sin embargo, muchos estudiantes del primer año de la Licenciatura en Turismo del Centro Regional Universitario de San Miguelito enfrentan dificultades para expresar sus ideas y mantener interacciones orales efectivas en inglés, lo que limita su desempeño académico y profesional.

Frente a este desafío, surge la necesidad de explorar estrategias educativas innovadoras que no solo faciliten el aprendizaje del idioma, sino que también motiven y comprometan a los estudiantes en el proceso. En este contexto, las estrategias digitales basadas en la gamificación representan una alternativa prometedora: al incorporar dinámicas de juego, competencias y recompensas, estas herramientas fomentan un ambiente de aprendizaje activo, participativo y dinámico.

La presente investigación se centra en analizar el impacto de estas estrategias gamificadas en la motivación, participación y desarrollo de competencias comunicativas en inglés en los estudiantes del primer año de la Licenciatura en Turismo. Mediante un enfoque descriptivo, se aplicaron encuestas y observaciones que permitieron conocer la percepción de los estudiantes sobre el uso de estas herramientas y evaluar sus efectos en el aula.

Los resultados obtenidos evidencian que la gamificación digital no solo aumenta el interés por el aprendizaje, sino que también contribuye significativamente al desarrollo de habilidades comunicativas en inglés, ofreciendo un recurso pedagógico eficaz y adaptado a las demandas de la educación superior y del mercado turístico panameño. Este estudio pretende, por tanto, ser un aporte práctico para docentes y programas académicos que buscan integrar tecnología, innovación y motivación en la enseñanza del idioma inglés.

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

I. Aspectos Generales

La presente investigación tiene como propósito analizar el impacto de las estrategias digitales de gamificación en el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes del Centro Regional Universitario de San Miguelito. Asimismo, busca proponer alternativas metodológicas innovadoras que respondan a las necesidades del contexto educativo panameño y contribuyan a la mejora continua de la enseñanza del inglés en el nivel de educación superior.

1.1 Situación actual del problema

En la era de la globalización, el dominio del idioma inglés se ha consolidado como una competencia esencial para la inserción profesional, particularmente en sectores como el turismo, donde la comunicación con personas de distintas nacionalidades es constante. Esta realidad exige que los futuros profesionales no solo comprendan el idioma, sino que lo utilicen con fluidez en contextos reales. Sin embargo, en el Centro Regional Universitario de San Miguelito de la Universidad de Panamá, se ha identificado que los estudiantes de la Licenciatura en Turismo presentan limitaciones significativas en el uso del inglés conversacional, lo que afecta su desempeño académico y sus posibilidades de inserción en el mercado laboral (De Gracia, 2021).

En el contexto latinoamericano, el aprendizaje del idioma inglés en la educación superior enfrenta múltiples desafíos que limitan el desarrollo de competencias comunicativas efectivas entre los estudiantes universitarios. A pesar de que el inglés es reconocido como una herramienta clave para la inserción en el mundo laboral globalizado, los niveles de dominio del idioma entre los egresados universitarios siguen siendo bajos, particularmente en habilidades productivas como la expresión oral y la interacción conversacional (British Council, 2015).

Uno de los factores comunes en varios países de América Latina es el enfoque tradicional con el que se imparte la enseñanza del inglés. En países como México, Colombia, Perú y Argentina, predominan metodologías centradas en la gramática y la memorización de

estructuras lingüísticas, con escasa aplicación comunicativa (González, 2017; Ramírez & Salvador, 2021). Esto genera un aprendizaje fragmentado y descontextualizado que, si bien puede fortalecer ciertos aspectos teóricos del idioma, resulta insuficiente para el desarrollo de competencias funcionales requeridas en contextos profesionales reales, como el turismo, el comercio o las relaciones internacionales.

Además, la falta de recursos didácticos actualizados y la baja incorporación de tecnologías emergentes en las aulas universitarias representan una barrera adicional. Según el informe *English Proficiency Index* de Education First (2023), la mayoría de los países latinoamericanos se ubican en niveles “bajo” o “muy bajo” de dominio del inglés, lo cual evidencia una necesidad estructural de renovación pedagógica en este campo.

Frente a esta situación, diversas investigaciones en Latinoamérica han comenzado a explorar el uso de estrategias innovadoras como la gamificación digital para mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje del inglés. ¡En Colombia, por ejemplo, estudios han demostrado que el uso de plataformas gamificadas como Kahoot!, *Duolingo* o *Quizizz* incrementa la motivación y participación de los estudiantes universitarios (Valencia & Gómez, 2021). En México, se ha observado que integrar dinámicas de juego en cursos de inglés favorece el aprendizaje autónomo y la práctica oral, reduciendo la ansiedad ante la producción del idioma (Paredes & Trejo, 2020). Estas experiencias demuestran que la gamificación, como estrategia metodológica, puede ser un recurso valioso para transformar la enseñanza del inglés en contextos donde aún prevalecen prácticas educativas tradicionales.

Las investigaciones contemporáneas señalan la importancia de adoptar estrategias pedagógicas activas que integren el uso de la tecnología como recurso facilitador del aprendizaje. En este sentido, la gamificación se ha posicionado como una metodología emergente que incorpora elementos propios del juego —recompensas, niveles, retos, retroalimentación inmediata— con el fin de promover la participación activa, la motivación intrínseca y la mejora del rendimiento académico (Deterding et al., 2011; Domínguez et al., 2013). Estudios recientes en contextos educativos similares han demostrado que el uso de plataformas gamificadas como Kahoot, Quizizz y Duolingo favorece el desarrollo de

habilidades lingüísticas, particularmente en la comprensión y expresión oral (González & Méndez, 2022).

En el caso de Panamá, esta problemática no es ajena. Aunque el Ministerio de Educación ha impulsado diversas iniciativas para fortalecer la enseñanza del inglés, en el nivel universitario todavía se evidencian limitaciones en la implementación de metodologías activas y tecnológicas, especialmente en carreras como Turismo, donde el inglés es esencial para la formación profesional (Cordero & Méndez, 2020). En este sentido, la necesidad de incorporar estrategias más dinámicas, como la gamificación digital, se convierte en una prioridad para mejorar la calidad del aprendizaje y la preparación de los futuros profesionales.

No obstante, en el contexto universitario panameño, la implementación sistemática de estrategias digitales de gamificación en la enseñanza del inglés sigue siendo incipiente. La falta de formación docente en el uso pedagógico de estas herramientas, así como la escasa integración curricular de metodologías innovadoras, representan barreras importantes para su adopción efectiva. Por ello, se hace necesario investigar el impacto y la viabilidad de estas estrategias en el contexto local, con miras a ofrecer soluciones educativas pertinentes y alineadas con las necesidades comunicativas del sector turístico nacional.

Por tanto, esta investigación se inscribe dentro de una problemática común a muchos países de la región, con el objetivo de aportar una propuesta metodológica pertinente al contexto panameño, basada en la evidencia empírica latinoamericana y alineada con los desafíos contemporáneos de la educación superior.

1.2. Planteamiento del problema

El turismo en Panamá es una de las actividades que ofrecen a la economía del país una importante inyección al mercado laboral pues cada año el país recibe a miles de visitantes extranjeros, muchos de los cuales hablan inglés. Por esta razón, es fundamental que los estudiantes de la carrera de Turismo aprendan bien este idioma, ya que lo necesitarán para

comunicarse con los turistas y ofrecer un buen servicio. Sin embargo, se ha observado que muchos de estos estudiantes no logran desarrollar un buen nivel de inglés, lo que afecta su preparación profesional.

Uno de los principales problemas que presentan los profesionales de la carrera de turismo es el manejo fluido del idioma inglés, la comprensión lectora, vencer ese miedo de hablar en público, pensar en inglés en lugar de español, memorizar nuevos términos y conceptos, son algunos de los mayores dificultades presentes que tienen los estudiantes que desean aprender el idioma inglés y esto puede en sí afectar en gran manera a la hora de aplicar a un puesto en el mercado laboral, ya que en sí el dominar un idioma es un plus para insertarse y lograr una oportunidad en donde pueda poner en práctica todo lo aprendido en sus años de carrera.

Las estrategias digitales de gamificación en el aprendizaje del idioma inglés es fundamental debido al creciente protagonismo de las tecnologías interactivas en los entornos educativos, ya que facilitan una mejor comprensión de los contenidos. En el caso específico de los estudiantes de turismo, el dominio del inglés no solo es una competencia académica, sino una herramienta esencial para su desempeño en el ámbito profesional. La gamificación, al incorporar elementos lúdicos como recompensas, niveles y desafíos, puede aumentar significativamente la motivación, la atención, la participación y el interés de los estudiantes, facilitan una adquisición más dinámica y efectiva del idioma.

Por otro lado, investigaciones recientes como las de Zainuddin et al. (2020) y Hung (2018) destacan que la gamificación digital —es decir, la incorporación de dinámicas de juego en entornos educativos mediante plataformas tecnológicas— puede ser una estrategia efectiva

para mejorar la motivación, participación y rendimiento de los estudiantes en el aprendizaje de lenguas extranjeras.

Las estrategias digitales gamificadas permiten contextualizar el idioma en escenarios reales del ámbito turístico, como atención al cliente, reservaciones o guías de recorridos, desarrollando así habilidades prácticas en un entorno inmersivo y atractivo.

Según estadísticas de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), una parte significativa de los turistas que visitan el país provienen de regiones donde el idioma inglés es la lengua principal o común de comunicación. En este contexto, el dominio del inglés se convierte en una competencia fundamental para los futuros profesionales del turismo, ya que les permite brindar una atención de calidad, resolver dudas, ofrecer información clara y establecer una comunicación efectiva con los visitantes extranjeros.

Por lo expuesto anteriormente, se ha creído conveniente plantear las siguientes interrogantes de investigación:

- **¿Qué estrategias digitales de gamificación se pueden aplicar para que el proceso de aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes de la licenciatura en turismo sea más efectivo?**
- **¿Cómo pueden las estrategias digitales de gamificación impactar en el aprendizaje del dominio del idioma inglés en los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Turismo?**

1.3 Justificación.

Esta investigación busca medir y analizar el impacto que pueden generar el uso de las herramientas digitales de gamificación en los estudiantes del primer ingreso de la licenciatura en turismo. Además, que la misma puede ofrecer aportes valiosos para el diseño de estrategias didácticas que responda a las necesidades de los estudiantes del primer año de la licenciatura en turismo.

Según British Council, (2015) el contexto actual de la educación superior en el aprendizaje del idioma inglés se ha consolidado como una competencia esencial para los profesionales del sector turístico, dada la naturaleza globalizada de esta industria. Además, que esta herramienta en el contexto turismo genera mayor protagonismo frente al mercado actual.

Según De Gracia (2020). En el caso de Panamá, un país con alta afluencia de visitantes internacionales, el dominio del inglés representa una herramienta clave para garantizar una atención de calidad y fomentar el desarrollo del sector turístico. . agregó que dice el autor

Sin embargo, diversas investigaciones han señalado que los métodos tradicionales de enseñanza del inglés resultan poco motivadores para los estudiantes universitarios, especialmente en carreras técnicas o aplicadas como el Turismo (Espinoza & Lasso, 2022). En este sentido, el uso de estrategias digitales basadas en gamificación ha emergido como una alternativa innovadora que puede incrementar el compromiso, la participación y la retención del aprendizaje en contextos formativos (Zainuddin et al., 2020).

Con la llegada de las nuevas tecnologías digitales y programas surgen nuevas exigencias en el entorno educativo, y la educación a nivel superior no escapa de esta realidad y más aquellos estudiantes que cursan la carrera de turismo ya que son el foco principal de mi investigación pues al pasar de los años se tienen nuevos requerimientos en cuanto al proceso enseñanza. Además, una de las prioridades de la educación universitaria es la enseñanza del idioma inglés, y yo me he propuesto aglomerar aquellas estrategias digitales de gamificación que mejoran el aprendizaje de este idioma.

Huang et al. (2022) señalan que: “La pandemia de COVID-19 aceleró la adopción de tecnologías digitales en la enseñanza de idiomas, generando tanto retos como oportunidades para el aprendizaje del inglés. En la etapa pos pandemia, los estudiantes enfrentan dificultades relacionadas con la falta de interacción presencial y motivación, pero también muestran mayor familiaridad y apertura hacia herramientas digitales y estrategias innovadoras, como la gamificación, que pueden mejorar el compromiso y la eficacia del aprendizaje.”

Es importante mencionar que estas nuevas estrategias de enseñanzas han surgido ya que con la llegada de nuevas herramientas surgen nuevas exigencias en la sociedad, y la educación a nivel superior no escapa de esta realidad, ya que son estos los nuevos profesionales que van a necesitar esta herramienta comunicativa que van a facilitarles un ingreso al campo laboral. Puesto que una de las principales prioridades de la educación universitaria es la enseñanza del idioma inglés, ya que se requiere como requisito primordial para adquirir un título universitario, independientemente de la especialidad o facultad. En este caso los estudiantes de turismo son los mas interesados en aprender un segundo idioma puesto que por la naturaleza de su area laboral, lo requieren para acceder a más oportunidades.

La selección del tema “*Estrategias digitales de gamificación para el aprendizaje del idioma inglés*” responde a una necesidad observada en el contexto universitario panameño, particularmente en la carrera de Licenciatura en Turismo del Centro Regional Universitario de San Miguelito, donde se ha identificado que los estudiantes enfrentan dificultades significativas para comunicarse en inglés de forma oral. Esta debilidad compromete su desempeño profesional en un campo donde el dominio del inglés conversacional es esencial para la atención e interacción con visitantes extranjeros (Cordero & Méndez, 2020).

Frente a este problema recurrente, se consideró pertinente abordar un enfoque innovador que integre el uso de tecnologías educativas emergentes, específicamente la gamificación digital. Esta metodología ha demostrado, en contextos internacionales, su efectividad para

motivar a los estudiantes, fomentar el aprendizaje activo y mejorar las competencias lingüísticas en segundas lenguas (Kapp, 2012; Su & Cheng, 2015). Como afirman Hamari, Koivisto y Sarsa (2014), la gamificación tiene un impacto positivo en el compromiso del estudiante y en el logro de los objetivos educativos, particularmente cuando se integra de forma coherente con los contenidos curriculares.

La importancia del tema radica en la posibilidad de proponer alternativas pedagógicas que respondan a los retos del sistema educativo actual, el cual exige estrategias más dinámicas, tecnológicas y centradas en el estudiante. Según Zúñiga (2019), los métodos tradicionales de enseñanza del inglés en América Latina han demostrado ser insuficientes para generar un dominio práctico del idioma, por lo que es necesario innovar en las formas de enseñanza, adaptándolas a los intereses y realidades de los estudiantes del siglo XXI.

Además, esta investigación contribuye a enriquecer el campo de la didáctica del inglés como lengua extranjera en Panamá, integrando prácticas internacionales con propuestas contextualizadas. El estudio ofrece a los docentes recursos metodológicos aplicables y basados en evidencia, que pueden complementar la enseñanza tradicional del idioma y mejorar los resultados de aprendizaje. Así mismo, permite generar recomendaciones prácticas que pueden ser implementadas en otros programas universitarios similares.

En términos generales, el aporte de este trabajo se refleja en tres niveles: primero, en el plano académico, al fortalecer el conocimiento sobre el uso de estrategias gamificadas en la enseñanza del inglés; segundo, en el plano pedagógico, al proporcionar herramientas concretas y efectivas para docentes del área; y tercero, en el plano social y profesional, al contribuir a la formación de egresados mejor preparados para enfrentar los desafíos del entorno laboral globalizado, particularmente en el sector turístico.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivos Generales

- Analizar el potencial de las estrategias digitales basados en la gamificación como recurso didáctico hacia los estudiantes de primer ingreso de la Licenciatura en Turismo del Centro Regional Universitario de San Miguelito.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar los fundamentos teóricos y pedagógicos de la gamificación aplicados al aprendizaje del idioma inglés.
- Explorar las principales estrategias digitales que incorporan elementos de gamificación en contextos didácticos.
- Implementar estrategias digitales gamificadas en programas de formación universitaria.

1.5 Delimitación

La presente investigación se centra en la implementación y análisis de estrategias digitales basadas en la gamificación como recurso pedagógico para el aprendizaje del idioma inglés, específicamente en el desarrollo de competencias comunicativas en los estudiantes del primer año de la Licenciatura en Turismo. Se excluyen de este estudio otros niveles académicos y carreras distintas, con el fin de mantener un enfoque preciso en la población objetivo.

En cuanto a la dimensión geográfica, el estudio se limita al Centro Regional Universitario de San Miguelito, en la ciudad de Panamá, Panamá, donde se recopilaban los datos mediante encuestas aplicadas directamente a los estudiantes participantes. Este enfoque permite analizar de manera contextualizada cómo las estrategias gamificadas impactan en el aprendizaje del inglés en un entorno educativo específico, considerando las características del alumnado y los recursos tecnológicos disponibles en esta institución.

1.6 Limitaciones

Durante el desarrollo de esta investigación pueden presentarse diversas limitaciones que podrían influir en la aplicación, el alcance o la interpretación de los resultados. En primer lugar, se reconoce como posible limitación la disponibilidad y participación activa del estudiantado, ya que el uso de estrategias gamificadas requiere compromiso, asistencia regular y disposición para involucrarse en dinámicas diferentes a las tradicionales.

Otra posible limitación está relacionada con el acceso a recursos tecnológicos. Si bien se emplearán herramientas digitales de fácil acceso, como Kahoot, Quizizz o Wordwall, algunos estudiantes podrían enfrentar dificultades técnicas o de conectividad que limiten su experiencia de aprendizaje y participación. De igual manera, la disponibilidad de equipos tecnológicos adecuados en el aula o en casa podría condicionar el desarrollo fluido de las actividades.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación se desarrolla bajo un diseño pre experimental, lo que implica la ausencia de un grupo de control, limitando la generalización de los resultados a otras poblaciones. Además, el estudio se enfoca exclusivamente en el desarrollo de la competencia oral en inglés, por lo que no se abordan otros componentes del idioma como la lectura, la escritura o la gramática.

Finalmente, se debe considerar la posible resistencia al cambio por parte del personal docente o institucional, especialmente si no están familiarizados con el enfoque gamificado o con el uso de herramientas digitales en el proceso de enseñanza. Esta resistencia podría dificultar la integración plena de las estrategias propuestas en el entorno educativo.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes

En las últimas décadas, el avance de las tecnologías de la información ha transformado los procesos educativos en todos los niveles, incluyendo la enseñanza de lenguas extranjeras. Dentro de este contexto, la gamificación ha emergido como una estrategia pedagógica innovadora que integra dinámicas de juego en contextos educativos con el fin de aumentar la motivación, la participación y el compromiso de los estudiantes (Kapp, 2012; Deterding et al., 2011).

Durante y después de la pandemia por COVID-19, la implementación de herramientas digitales se intensificó, impulsando el uso de plataformas gamificadas como Kahoot!, Quizizz, Duolingo y Classcraft en clases de inglés, especialmente en entornos virtuales. Según Iriarte y Díaz (2023), la gamificación no solo mantuvo el interés de los estudiantes durante el confinamiento, sino que también demostró ser eficaz para el desarrollo de competencias lingüísticas, particularmente la comprensión y producción oral en inglés.

En América Latina, investigaciones recientes han documentado los efectos positivos de estas estrategias. Por ejemplo, Bravo y Rodríguez (2022), en una universidad peruana, encontraron que los estudiantes expuestos a actividades gamificadas mostraron una mejora significativa en la pronunciación, fluidez y confianza para expresarse en inglés. De forma similar, García y Méndez (2021), en México, reportaron un aumento en la participación activa de los estudiantes y una actitud más positiva hacia el aprendizaje del idioma tras incorporar dinámicas lúdicas digitales en el aula.

En el caso panameño, la integración de la gamificación aún es incipiente, aunque se observan avances puntuales. Cordero y Méndez (2020) identifican una brecha metodológica entre las estrategias tradicionales utilizadas en la enseñanza del inglés y las preferencias actuales de los estudiantes universitarios, quienes demandan enfoques más interactivos y vinculados a sus intereses personales y profesionales. Esta situación es especialmente relevante en carreras como Turismo, donde el dominio del inglés conversacional es esencial para el ejercicio profesional.

En este sentido, la presente investigación se inscribe en una línea emergente que busca vincular tecnología, motivación y aprendizaje significativo, explorando cómo las estrategias digitales de gamificación pueden responder a los retos del aprendizaje del inglés en la educación superior panameña. Así, se espera contribuir al desarrollo de modelos pedagógicos más dinámicos, centrados en el estudiante, y alineados con las demandas del siglo XXI.

2.2 Conceptualización.

El término *gamification* fue acuñado a principios de los años 2000, y comenzó a ganar relevancia académica hacia el 2010. Según Deterding et al. (2011), la gamificación se define como “el uso de elementos del diseño de juegos en contextos no lúdicos”. Esta definición ha sido ampliamente aceptada en la literatura académica, dado que delimita claramente el enfoque: no se trata de crear videojuegos educativos, sino de incorporar mecánicas de juego al proceso de enseñanza-aprendizaje.

En el ámbito educativo, la gamificación ha sido reconocida como una estrategia didáctica centrada en el estudiante, capaz de fomentar el aprendizaje activo, la autonomía y el pensamiento crítico (Kapp, 2012). Para este autor, la gamificación educativa consiste en el uso de la mecánica del juego para promover comportamientos deseados y apoyar procesos de aprendizaje, combinando el entretenimiento con objetivos pedagógicos claros.

Por su parte, **el** aprendizaje del idioma inglés continúa siendo una prioridad académica en contextos universitarios, especialmente en programas como Turismo, donde el dominio del idioma representa una competencia profesional esencial. Según Richards (2015), aprender inglés como lengua extranjera requiere no solo el conocimiento gramatical, sino también la práctica continua en situaciones reales y comunicativas. Es en este punto donde las plataformas gamificadas aportan valor, ya que permiten simular contextos auténticos de interacción mediante dinámicas que fomentan la participación espontánea y la colaboración.

Las estrategias digitales, por su parte, se entienden como el conjunto de recursos tecnológicos planificados e integrados de forma didáctica para favorecer el aprendizaje

(Cabero & Llorente, 2020). En combinación con la gamificación, estas estrategias pueden potenciar la motivación intrínseca del estudiante, aumentar el tiempo de exposición al idioma y generar experiencias de aprendizaje personalizadas y significativas.

2.2.1 Teoría

El desarrollo de esta investigación se fundamenta en teorías educativas contemporáneas que explican cómo el uso de estrategias digitales gamificadas puede favorecer el aprendizaje del idioma inglés como lengua extranjera. Estas teorías ofrecen una base sólida para comprender los efectos de la gamificación en aspectos como la motivación, la experiencia de aprendizaje, la adquisición de competencias comunicativas y la conexión significativa entre el conocimiento previo y los nuevos contenidos. A continuación, se presentan los enfoques teóricos más relevantes que sustentan esta investigación.

Teoría del Aprendizaje Significativo (Ausubel, 1963)

La teoría del aprendizaje significativo, desarrollada por David Ausubel, sostiene que el aprendizaje ocurre de manera más efectiva cuando la nueva información se conecta de forma sustancial con los conocimientos previos del estudiante. Este enfoque contrasta con el aprendizaje mecánico, donde la información se memoriza sin comprenderse. En entornos digitales gamificados, esta teoría cobra relevancia, ya que los elementos del juego (como historias, retos, y contextos simulados) permiten activar esquemas previos y facilitar la asimilación del nuevo contenido lingüístico. Guzmán y Salazar (2022) demostraron que los entornos gamificados mejoran la comprensión y retención del inglés al presentar el lenguaje en contextos significativos y realistas, como simulaciones de viajes o conversaciones turísticas.

Teoría de la Autodeterminación (Deci & Ryan, 1985)

Esta teoría psicológica explica la motivación humana desde tres necesidades básicas: la autonomía, la competencia y la relación social. Cuando estas necesidades están satisfechas, los individuos se sienten motivados intrínsecamente, lo que favorece el aprendizaje profundo y sostenido. En el contexto educativo, los juegos digitales permiten que los

estudiantes tomen decisiones (autonomía), experimenten logros (competencia) y trabajen colaborativamente (relación). Krouska et al. (2021) y Muñoz y Paredes (2023) destacan que las plataformas gamificadas aumentan el compromiso del alumnado y reducen la ansiedad asociada al aprendizaje del inglés, al transformar el error en una oportunidad de mejora dentro de un entorno lúdico.

Enfoque Comunicativo del Aprendizaje de Lenguas (Hymes, 1972; Canale & Swain, 1980)

El enfoque comunicativo enfatiza que el aprendizaje de una lengua debe centrarse en la capacidad de comunicarse eficazmente en situaciones reales. Este enfoque incorpora no solo la competencia gramatical, sino también la sociolingüística, discursiva y estratégica. Los juegos digitales, especialmente aquellos con dinámicas de roles o simulaciones, permiten practicar el idioma en escenarios realistas, como check-ins en hoteles, atención al cliente o tours guiados. Según Rodríguez y Santiago (2023), los estudiantes de turismo mejoran significativamente su fluidez y comprensión oral cuando participan en actividades gamificadas que simulan su futuro entorno laboral.

Teoría del Aprendizaje Experiencial (Kolb, 1984)

David Kolb propone que el conocimiento se construye a través de la experiencia, siguiendo un ciclo compuesto por cuatro fases: experiencia concreta, observación reflexiva, conceptualización abstracta y experimentación activa. En el aprendizaje de inglés, las herramientas gamificadas permiten vivir experiencias significativas mediante actividades inmersivas. Por ejemplo, Classcraft y Minecraft Education ofrecen escenarios donde el estudiante interactúa, reflexiona sobre su desempeño, mejora sus estrategias comunicativas y aplica lo aprendido en nuevos contextos. Este ciclo de aprendizaje resulta especialmente valioso en la enseñanza de inglés con fines específicos, como en la carrera de Turismo.

2.3. El Aprendizaje del idioma ingles en la formación superior

La Universidad de Panamá, así como otras instituciones de educación superior en la región, han adoptado políticas para fortalecer la competencia lingüística en inglés de sus

estudiantes mediante cursos obligatorios, programas bilingües y convenios internacionales. Esta tendencia al alza refleja la percepción de que “el inglés ya no es una opción, sino un requisito para enfrentar los desafíos del siglo XXI” (González, 2018).

El inglés es considerado hoy en día la lengua franca del conocimiento, la ciencia, los negocios y la tecnología. Según David Crystal (2003), más del 80 % de las publicaciones científicas del mundo se producen en inglés, lo que obliga a los estudiantes universitarios a desarrollar competencias de comprensión lectora, escritura académica y habilidades orales en ese idioma si desean integrarse en redes académicas globales.

Graddol (2006) plantea que el inglés ha evolucionado de ser un idioma extranjero a una habilidad transversal que condiciona la participación en la economía del conocimiento. En el contexto universitario, esta evolución implica que los programas académicos deben adaptarse para incluir no solo cursos de inglés básico, sino también el desarrollo de competencias comunicativas específicas para fines académicos y profesionales.

El aprendizaje del inglés en la universidad presenta características distintas a las de otros niveles. Los estudiantes universitarios generalmente requieren un enfoque más funcional, contextualizado y profesionalizante. Según Hutchinson y Waters (1987), los programas de inglés con fines específicos (ESP, por sus siglas en inglés) deben adaptarse a las necesidades particulares de cada campo de estudio.

En Panamá, la enseñanza del inglés en la educación superior se ha abordado a través de programas institucionales, como los cursos de inglés obligatorio en la Universidad de Panamá, y a través de iniciativas gubernamentales como el programa “Panamá Bilingüe”. No obstante, diversos estudios han mostrado que aún existen limitaciones en cuanto a la eficacia metodológica, la actualización docente y el uso de recursos tecnológicos (González, 2018).

Enfoques Pedagógicos en el Aprendizaje del Inglés

Diversas teorías del aprendizaje sustentan la enseñanza del inglés en contextos universitarios. El enfoque comunicativo ha sido uno de los más influyentes, al proponer que el objetivo principal del aprendizaje lingüístico es la comunicación efectiva en contextos reales (Canale & Swain, 1980). En este enfoque, los estudiantes no solo aprenden reglas gramaticales, sino que desarrollan habilidades para interactuar, resolver problemas y participar activamente en situaciones reales.

Por otra parte, el constructivismo social de Vygotsky (1978) destaca la importancia del aprendizaje colaborativo y del contexto sociocultural en el desarrollo de habilidades lingüísticas. Estas teorías coinciden en señalar que el aprendizaje del inglés debe ser significativo, interactivo y vinculado a situaciones prácticas.

Retos del Aprendizaje del inglés en la Educación Superior

Uno de los principales retos del aprendizaje del inglés en la universidad es la diversidad de niveles de competencia entre los estudiantes. Muchos ingresan con una base débil, mientras otros ya han alcanzado un nivel intermedio o avanzado. Esto dificulta la planificación docente y exige una diferenciación metodológica que no siempre se puede aplicar debido a limitaciones estructurales.

Además, la motivación es un factor crucial. Según Krashen (1982), un nivel alto de ansiedad lingüística o una percepción negativa del idioma pueden actuar como un “filtro afectivo” que bloquea el aprendizaje. En entornos donde los estudiantes no comprenden la relevancia del inglés para su carrera, se requiere de metodologías más dinámicas y cercanas a sus intereses.

A esto se suma la brecha tecnológica y la falta de innovación metodológica. Aunque existen recursos digitales y plataformas que facilitan el aprendizaje del inglés, su incorporación en la docencia universitaria aún es limitada. Según Reinders & Wattana (2015), el uso de

tecnologías digitales, incluyendo la gamificación, puede aumentar la motivación, reducir la ansiedad y promover una mayor disposición para comunicarse en inglés.

En el contexto universitario panameño, y particularmente en el Centro Regional Universitario de San Miguelito, la gamificación puede representar una herramienta clave para superar los retos antes mencionados. Plataformas como Kahoot, Wordwall, Duolingo y Quizizz permiten crear entornos atractivos para la práctica de vocabulario, estructuras gramaticales, comprensión auditiva y expresión oral.

Como indican Richards y Rodgers (2014), el éxito en la enseñanza de idiomas no solo depende del material utilizado, sino también del contexto cultural, los objetivos del programa y las características del grupo. En este sentido, se recomienda un enfoque mixto que combine clases presenciales con entornos virtuales de aprendizaje y prácticas inmersivas supervisadas.

Estudios como los de Domínguez et al. (2013) han demostrado que la gamificación en la educación superior no solo mejora la motivación, sino también el rendimiento académico, al fomentar la participación constante y el aprendizaje autónomo.

Enfoque del aprendizaje de lenguas extranjera

El aprendizaje de lenguas extranjeras es un proceso complejo que involucra dimensiones cognitivas, afectivas, sociales y culturales. A lo largo del tiempo, diversas teorías y enfoques han surgido para explicar cómo las personas adquieren un nuevo idioma y cuáles son las metodologías más eficaces para enseñarlo, especialmente en contextos educativos formales como la educación superior. En el caso del idioma inglés, el cual se ha convertido en una herramienta indispensable para el desarrollo profesional y académico, es fundamental analizar los principales enfoques que sustentan su enseñanza.

Enfoques Tradicionales y Estructuralistas

Uno de los enfoques más antiguos es el enfoque gramática-traducción, que fue ampliamente utilizado hasta mediados del siglo XX. Este enfoque pone énfasis en el aprendizaje de reglas gramaticales y la traducción de textos. Aunque ofrece una base

teórica sólida, ha sido criticado por su escasa atención a las habilidades comunicativas (Richards & Rodgers, 2014).

Posteriormente surgió el enfoque audio-lingual, basado en teorías conductistas, que propone la repetición y memorización de estructuras mediante ejercicios de estímulo y respuesta. Aunque se enfocaba en la pronunciación y fluidez, limitaba la creatividad y el uso espontáneo del lenguaje (Skinner, 1957).

Enfoque Comunicativo

El Enfoque Comunicativo del Lenguaje (Communicative Language Teaching - CLT) es uno de los más influyentes en la enseñanza actual de idiomas. Canale y Swain (1980) propusieron que la competencia comunicativa incluye no solo la competencia gramatical, sino también la sociolingüística, discursiva y estratégica. Este enfoque considera al estudiante como un agente activo, que aprende a través del uso del idioma en situaciones reales.

Este enfoque es ampliamente utilizado en la enseñanza del inglés como lengua extranjera, especialmente en la educación superior, donde se busca que los estudiantes adquieran habilidades comunicativas funcionales para el mundo académico y profesional.

Enfoque por Tareas (Task-Based Learning)

El Aprendizaje Basado en Tareas es una variante del enfoque comunicativo que plantea que el aprendizaje se produce de forma más efectiva cuando los estudiantes realizan actividades significativas que implican el uso del lenguaje con un propósito real (Ellis, 2003).

Según Willis y Willis (2007), este enfoque mejora la motivación porque permite a los estudiantes aplicar lo aprendido en contextos similares a los de la vida real. En la educación superior, es ideal para preparar a los estudiantes para entornos laborales y situaciones profesionales específicas.

Enfoque Constructivista y Sociocultural

El constructivismo, propuesto por Piaget y ampliado en el campo del lenguaje por Vygotsky (1978), sostiene que el aprendizaje ocurre cuando el estudiante construye su propio conocimiento a partir de la interacción con su entorno. En el aprendizaje de lenguas, el enfoque sociocultural destaca la importancia del contexto social, la colaboración y la mediación lingüística.

La Zona de Desarrollo Próximo (ZDP) de Vygotsky establece que el estudiante puede alcanzar un nivel superior de competencia con la guía de un hablante más competente. Este enfoque es particularmente útil en clases colaborativas o en actividades donde los estudiantes interactúan entre sí para resolver tareas comunicativas.

Enfoque Humanista y Afectivo

Autores como Carl Rogers (1969) y James Asher (1977) han propuesto enfoques centrados en el estudiante como persona. El enfoque humanista considera que el estado emocional del estudiante influye directamente en su capacidad para aprender. Krashen (1982), con su teoría del filtro afectivo, afirma que la motivación, la ansiedad y la autoestima son factores determinantes en la adquisición de una segunda lengua.

Estos enfoques promueven ambientes de aprendizaje seguros, motivadores y personalizados, lo cual es especialmente relevante en la educación superior, donde los estudiantes enfrentan presiones académicas que pueden afectar su disposición para aprender un nuevo idioma.

Enfoque Multicompetencial y Postmétodo

En la actualidad, muchos expertos proponen enfoques más integradores y flexibles. Kumaravadivelu (2006) plantea el concepto de enfoque post método, que implica que el docente debe adaptar su práctica a las características particulares de sus estudiantes, el contexto cultural, los objetivos del curso y los recursos disponibles.

Este enfoque reconoce que ningún método es universalmente válido y que el éxito en la enseñanza del inglés depende de la capacidad del docente para tomar decisiones pedagógicas informadas, combinando diversas estrategias y enfoques.

En el contexto panameño y particularmente en instituciones como el Centro Regional Universitario de San Miguelito, donde se evidencian diferencias marcadas en los niveles de competencia del inglés es fundamental combinar los enfoques comunicativos, constructivista y por tareas, priorizando el uso funcional del idioma en contextos reales, la colaboración entre pares y la resolución de problemas prácticos.

Asimismo, no se puede ignorar el impacto que tienen las emociones, la motivación y la autoeficacia en el proceso de aprendizaje. Por ello, el enfoque afectivo y humanista debe estar presente en cualquier planificación didáctica, reconociendo que los estudiantes no solo aprenden con la mente, sino también con sus emociones.

Desde esta postura, la gamificación digital cobra un papel estratégico. Lejos de ser una moda, representa una síntesis práctica de varios enfoques: promueve la comunicación real, la interacción significativa, la autonomía, el aprendizaje basado en tareas, e incluso reduce la ansiedad lingüística al transformar el error en una oportunidad lúdica de mejora. Considero que estas herramientas pueden ser la clave para conectar los enfoques teóricos con las necesidades reales de los estudiantes universitarios.

2.4 La gamificación como estrategia educativa

La gamificación, también conocida como ludificación, es una estrategia pedagógica que consiste en la aplicación de elementos y dinámicas propias de los juegos en contextos no lúdicos, como el aula, con el propósito de aumentar la motivación, la participación y el compromiso del estudiante con su propio aprendizaje. Aunque no se trata de jugar en sí, sino de utilizar estructuras del juego como puntos, niveles, recompensas, retos o avatares, esta estrategia transforma la experiencia educativa en una más atractiva, personalizada y significativa.

Al constituirse como un enfoque metodológico dinámico y participativo, integra una serie de elementos que contribuyen significativamente a enriquecer y facilitar los procesos de enseñanza-aprendizaje. Entre estos elementos destacan *las mecánicas, las dinámicas y los componentes*, los cuales operan de manera articulada para fomentar la motivación intrínseca, la implicación activa del estudiante y el desarrollo de habilidades cognitivas y sociales.

Las mecánicas de la gamificación digital constituyen el conjunto de reglas, sistemas y procedimientos que estructuran la experiencia del usuario dentro de entornos gamificados. Estas mecánicas son fundamentales, ya que orientan las acciones del estudiante, establecen los desafíos y determinan las recompensas asociadas al desempeño. En el contexto educativo, su aplicación busca fomentar la participación activa, la motivación sostenida y el compromiso con el proceso de aprendizaje.

Entre las mecánicas más comunes destacan la asignación de puntos, los niveles de progreso, la obtención de insignias (badges), los desbloques de contenido, los retos temporales, y las clasificaciones o rankings. Cada una de estas herramientas cumple una función específica. Por ejemplo, los puntos permiten cuantificar el rendimiento, mientras que los niveles ofrecen una percepción clara del avance. Las insignias representan logros concretos y visibilizan el éxito, reforzando la autoestima del estudiante. Las clasificaciones fomentan la competencia sana, y los retos introducen dinámicas de superación constante.

Según Kapp (2012), las mecánicas de juego bien diseñadas pueden alinear los objetivos educativos con metas lúdicas, lo que permite que el estudiante se involucre emocional y cognitivamente en las tareas. Además, Werbach y Hunte (2014) señalan que estas estructuras deben implementarse de forma estratégica, de modo que mantengan un equilibrio entre el desafío y la capacidad del usuario, evitando tanto la frustración como el aburrimiento.

En entornos digitales, estas mecánicas se potencian mediante el uso de plataformas tecnológicas que permiten la automatización de puntuaciones, la visualización de rankings, y la entrega inmediata de recompensas o retroalimentación. Este tipo de entornos promueve

un aprendizaje más autónomo, personalizado y dinámico, especialmente en estudiantes que requieren estímulos constantes para mantener la atención y la motivación.

Mecánicas de Gamificación

<i>COLABORACION</i>	Trabajar juntos para conseguir un objeto.
<i>COMPETICIÓN</i>	Unos ganan y otros pierden, también con uno mismo.
<i>DESAFÍOS</i>	Tareas que implican esfuerzo, que supongan un reto.
<i>RECOMPENSAS</i>	Beneficios por logros.
<i>RETROALIMENTACIÓN</i>	Como lo estamos haciendo.
<i>SUERTE</i>	Incluye el azar.
<i>TRANSACCIONES</i>	Comercio entre jugadores, directamente con intermediarios
<i>TURNOS</i>	Participación secuencial, equitativa y alternativa.

Fuente: (Werbach & Hunter, 2014)

Las mecánicas de la gamificación digital no solo ayudan a dar forma y estructura al entorno educativo, sino que también se convierten en una fuente importante de motivación tanto externa como interna para los estudiantes. Cuando estas mecánicas se aplican de manera adecuada y con un enfoque pedagógico claro, pueden transformar positivamente las prácticas de enseñanza tradicionales. Gracias a ellas, el aprendizaje se vuelve más dinámico, participativo y atractivo, lo que facilita que los estudiantes se involucren activamente, comprendan mejor los contenidos y retengan la información de forma más duradera.

B) Las dinámicas

Según Werbach y Hunter (2014), las dinámicas son el “corazón emocional” de la gamificación, ya que son las que motivan al usuario a seguir participando. Por eso es fundamental que las mecánicas estén diseñadas para activar dinámicas positivas.

A criterio de Werbach y Hunter (2014): las principales dinámicas empleadas en gamificación se resumen en el siguiente organizador:

Dinámicas de Gamificación

EMOCIONES	Curiosidad, competitividad, frustración y felicidad
NARRACIÓN	Una historia continuada es la base del proceso de aprendizaje. Evolución y desarrollo del jugador (estudiante)
PROGRESIÓN	
RELACIONES	Interacciones sociales, compañerismo, estatus, altruismo
RESTRICCIONES	Limitaciones o componentes forzados.

Fuente: (Werbach & Hunter, 2014)

C) Los componentes

Todos los componentes de la gamificación se muestra en la práctica en forma visual y la experiencia concreta que el o los estudiantes tendrán en el momento de aplicar con las mecánicas y dinámicas propuestas, al respecto Moreno (2016), establece que: “ Son los recursos y herramientas que se emplean para diseñar una actividad concreta” (p.12).

Según Werbach y Hunter (2014), los componentes de la gamificación son los elementos más visibles y concretos del sistema gamificado. Estos incluyen puntos, insignias, tablas de clasificación, niveles y desafíos, y son los encargados de representar el progreso y el rendimiento del usuario. Su función principal es motivar la participación mediante recompensas simbólicas, fomentando la competencia, la superación personal y el reconocimiento. Aunque son la parte más externa del diseño, su efectividad depende de cómo se articulen con las mecánicas y dinámicas del sistema.

Componentes de gamificación

AVATAR	Representación visual del jugador
COLECCIONES	Elementos que puede acumularse
COMBATE	Batalla definida
DESBLOQUE DE CONTENIDOS	Nuevos elementos disponibles tras conseguir objetivos
EQUIPOS	Representan la red social del jugador dentro de la actividad
GRÁFICAS SOCIALES	Elementos escondidos que deben buscarse
HUEVOS DE PASCUA	Representación visual de los logros
INSIGNIAS	Competir contra el tiempo y con uno mismo. o con un objetivo en com
LIMITES DE TIEMPO	Desafíos predeterminados con desafíos y recompensas.
MISIONES	Diferentes estadios de progresión y/o dificultad.
NIVELES	Recompensas que representan la progresión
PUNTOS	Representación gráfica de la progresión y logros.
CLASIFICACIONES Y BARRAS DE PROGRESO	Oportunidad de compartir recursos con otros.
REGALOS	Familiarizarse con el juego, adquisición de normas y estrategias.
TUTORIALES	

Fuente: (Werbach & Hunter, 2014)

Su función principal es canalizar las mecánicas y dinámicas del sistema hacia una experiencia significativa para el usuario. Estos componentes no solo hacen visible el progreso del estudiante, sino que también fomentan la participación, el reconocimiento social y el sentido de logro. Aunque son los elementos más superficiales, su correcta implementación puede impactar positivamente en la motivación y el compromiso del estudiante. Es esencial que estén alineados con los objetivos pedagógicos para que el

entorno de aprendizaje no se reduzca a una simple acumulación de recompensas, sino que promueva un aprendizaje profundo y duradero.

Factores efectivos en la Gamificación

De acuerdo con Werbach & Hunter (2012) consideran que para implementar una estrategia de gamificación exitosa es necesario tener en cuenta 6 elementos, con aplicación directa en educación: 1) Definir con claridad los objetivos educativos que se quieren conseguir en el aula, de esta manera, se diseñan con coherencia y eficacia las estrategias de gamificación. 2) Delimitar los comportamientos que queremos potenciar en los estudiantes como conocimientos, actitudes, habilidades, entre otros. 3) Establecer quienes son los jugadores, identificar rasgos y características para diseñar actividades pertinentes a sus intereses reales. 4) Establecer los ciclos de las actividades, definiendo el sistema de gamificación (mecánicas de juego, orden de los eventos, interacción, entre otros). 5) Diversión (es la base de todo juego), se deben describir los eventos de este tipo que se incluyen en la estrategia. 6) Recursos, incluye las herramientas que se van a usar para el desarrollo de la estrategia (medición, seguimiento, indicadores, etc.) (Corchuelo-Rodríguez, 2018; Ramírez, 2014; Rodríguez & Santiago, 2015).

La efectividad de la gamificación en contextos educativos depende de diversos factores que influyen directamente en su impacto sobre la motivación, el compromiso y el aprendizaje significativo. Uno de los factores clave es el diseño centrado en el estudiante, donde las mecánicas, dinámicas y componentes deben responder a los intereses, niveles de competencia y estilos de aprendizaje del alumnado (Domínguez et al., 2013). Asimismo, la claridad de los objetivos pedagógicos y la coherencia entre los elementos del juego y los contenidos académicos son fundamentales para evitar que la gamificación se convierta en una distracción. Según Kapp (2012), la gamificación efectiva no se trata solo de recompensar, sino de ofrecer retos significativos, retroalimentación constante y oportunidades para la autonomía y la colaboración. Otro factor determinante es la variedad de elementos de juego utilizados, ya que una combinación equilibrada de recompensas extrínsecas e intrínsecas puede mantener el interés del estudiante a lo largo del tiempo. Finalmente, la evaluación continua del proceso gamificado permite ajustar dinámicas y

reforzar lo que funciona, favoreciendo así un entorno de aprendizaje activo, motivador y adaptado a las necesidades educativas actuales.

Beneficios de la gamificación

De acuerdo con los factores antes mencionados, se generan una serie de estímulos positivos que favorecen el proceso de enseñanza-aprendizaje mediante la gamificación. Algunos de estos beneficios son:

- ✓ **Estimula la conexión emocional en el aprendizaje.** Las emociones tienen el poder de facilitar la codificación y recuperación de información de manera efectiva, haciendo que el proceso de aprendizaje sea mucho más profundo y duradero. Aprender implica sentir, emocionarse y establecer relaciones entre los contenidos y la experiencia vivida, por tanto, las emociones son parte inseparable del proceso educativo (Bisquerra, 2015). La gamificación puede ayudar a crear conexión emocional entre el contenido y el estudiante, influyendo de manera positiva hacia las actividades propuestas.
- ✓ **Favorece el aprendizaje a largo plazo.** Autores como Richter (2010) plantean que la capacidad de atención en personas ha disminuido de 12 a 8 segundos, cambios que se atribuyen a la revolución digital, uso excesivo de la tecnología y exposición constante a la información en línea. La gamificación ofrece una forma interactiva de aprender que puede ayudar a mejorar esta capacidad y el procesamiento de información. Esto tiene que ver con la manera en que nuestro cerebro procesa y almacena la nueva información, lo que está estrechamente relacionado con la teoría del aprendizaje significativo de Ausubel (2002).
- ✓ **Despierta la motivación a través de las historias narradas.** Los juegos, a menudo, incorporan elementos narrativos, como personajes y tramas, que enriquecen la experiencia de aprendizaje. Este enfoque, es lo que hace que aumente el interés y la motivación de los estudiantes, ya que las historias son más atractivas para el cerebro que los hechos, como sostiene Postigo-Fuentes (2021). En un buen diseño gamificado, los eventos narrativos sitúan la actividad, definiendo objetivos, restringiendo acciones y estimulando respuestas emocionales mientras los estudiantes luchan por resolver problemas complejos y auténticos (Squire et al., 2003).

- ✓ **Mejora la liberación de endorfinas y mantiene el cerebro saludable.** Las estrategias de ludificación mejoran la liberación de endorfinas, poderosas por su capacidad para producir bienestar, calma y concentración. A través de la gamificación, podremos crear experiencias en las que los estudiantes sientan que han alcanzado un logro. Debemos aprovechar esta visión del aprendizaje que va más allá de la adquisición de conocimiento o de habilidades concretas, y focalizarnos en ese estado de excitación de los participantes para generar interés y estimular los circuitos neuronales, lo que a su vez puede impulsar una mayor plasticidad cerebral. Así, la gamificación no solo genera interés por el aprendizaje, sino que también impacta positivamente en el desarrollo cognitivo (Gee,2003).
- ✓ **Facilita la interacción social.** Cabe mencionar que la gamificación ilustra la teoría sociocultural del desarrollo cognitivo de Vygotsky por el vínculo entre el aprendizaje y el contexto social. La gamificación crea oportunidades para la difusión social de las ideas y comportamientos, lo que hace visible a compañeros y colegas, acciones y decisiones que son intrínsecamente privadas (Aguilar-Castillo et al., 2019). Rohman y Fauziati (2022) explican que, durante la experiencia gamificada, el alumnado interactúa entre sí, lo cual crea contextos interactivos en el proceso de construcción de sus conocimientos, fomentando la colaboración y el trabajo en equipo y el aprendizaje partiendo de la zona de desarrollo próximo (ZDP). Esta interacción favorece la construcción de relaciones significativas entre los participantes, promoviendo un aprendizaje cooperativo que trasciende lo meramente individual.
- ✓ **La retroalimentación como aliada.** La retroalimentación, según Castañeda- Cantillo (2013), es esencial para el proceso de aprendizaje, proporcionando a los estudiantes una comprensión de su progreso. Según Prensky (2001), impulsa la motivación y el compromiso del estudiante, ayudándole a identificar sus fortalezas y debilidades, así como mejorar su compromiso con el aprendizaje.

En los beneficios mencionados sobre la gamificación, más allá de ser una estrategia divertida, aporta beneficios profundos al proceso de aprendizaje. Uno de sus aspectos más valiosos es que ayuda a crear una conexión emocional entre el estudiante y lo que está aprendiendo, lo que hace que los conocimientos se recuerden por más tiempo. La

gamificación también fomenta la interacción social, ya que muchas de sus actividades invitan a colaborar, compartir y aprender junto a otros. Por último, la retroalimentación constante actúa como una guía cercana que orienta al estudiante, le da seguridad y lo motiva a seguir avanzando. Adell y Castañeda (2012) reconocen que estas estrategias ofrecen tantas posibilidades como limitaciones y que es responsabilidad de los docentes ser consiente de ellas. Es evidente que el docente juega un rol importante en el uso de la gamificación, pues se debe tener claro los objetivos de cada actividad.

Este aspecto importante de la gamificación es que puede diseñar y desarrollar en diferentes entornos virtuales y/o presenciales, puede aplicarse mientras la clase ocurre en el aula, fuera del aula con actividades gamificadas de refuerzo y es una estrategia excelente para combinarla con otras metodologías innovadoras como la de la clase invertida o flipped classroom.

2.5 Estrategias digitales de gamificación en la enseñanza del inglés

La integración de las estrategias digitales de gamificación en la enseñanza del inglés en la actualidad representan una innovación pedagógica que responde a las necesidades en los estudiantes del siglo XXI. Esta metodología a llegado a combinar el uso de la tecnología con el contenido teórico. Autores como Kapp (2012) sostiene que la gamificación tiene el poder de transformar la enseñanza tradicional en experiencias que realmente capturen la atención del estudiante.

En el contexto del aprendizaje del inglés, ¡el uso de plataformas como Kahoot!, Duolingo, Classcraft, worldwall, o Quizizz permite trabajar las cuatro habilidades lingüísticas (escuchar, hablar, leer y escribir) de manera interactiva, personalizada y atractiva. Estas herramientas incentivan la práctica constante, promueven la autonomía y permiten una retroalimentación inmediata, factores clave para alcanzar la fluidez en el idioma.

Autores como **Prensky (2001)**, **Gee (2003)** y **Gros (2007)** coinciden en que los entornos gamificados favorecen la motivación, la atención sostenida y el aprendizaje significativo, especialmente en el área de lenguas extranjeras. En el contexto de la enseñanza del idioma inglés especialmente para la práctica de vocabulario y gramática se encuentran las siguientes herramientas de gamificación digital altamente efectivas

2.5.1 KAHOOT

Kahoot se ha consolidado como una de las herramientas digitales más utilizadas en contextos educativos gamificados. Es una plataforma en línea que permite crear cuestionarios interactivos



en forma de juego, promoviendo la participación activa de los estudiantes y convirtiendo el proceso de evaluación o repaso en una experiencia lúdica y motivadora.

Según Wang y Tahir (2020), Kahoot contribuye significativamente al aprendizaje al aumentar el compromiso del estudiante, reducir la ansiedad en entornos de evaluación y mejorar la retención del conocimiento. Su estructura basada en juegos de preguntas rápidas, acompañadas de elementos visuales y música estimulante, genera un entorno competitivo y dinámico que mantiene la atención y el interés del alumno.

Desde una perspectiva pedagógica, Kahoot no solo estimula el aprendizaje memorístico, sino también la toma de decisiones rápida, la autorregulación y la interacción social, especialmente cuando se utiliza en modo grupal. Como indica Plump y LaRosa (2017), el uso de Kahoot en el aula fomenta la participación colaborativa, el aprendizaje activo y el refuerzo inmediato, elementos esenciales en las metodologías centradas en el estudiante.

Kahoot se ha convertido en una herramienta efectiva para reforzar el aprendizaje del vocabulario y la gramática en la enseñanza del idioma inglés, al combinar el juego con la práctica estructurada. Su formato interactivo permite al docente diseñar actividades que abordan desde palabras clave hasta estructuras gramaticales complejas, promoviendo la participación activa del estudiante en un entorno lúdico y motivador. De acuerdo con Wang y Tahir (2020), el uso de Kahoot en el aula mejora significativamente el compromiso del

estudiante y facilita la retención de conceptos lingüísticos, gracias al aprendizaje repetitivo y la retroalimentación inmediata. Además, el componente visual y competitivo estimula el interés del alumno, lo que favorece la práctica del idioma de manera divertida y significativa. Así, Kahoot no solo fortalece el conocimiento de la lengua, sino que también promueve la autoconfianza y la interacción social, elementos clave para el desarrollo comunicativo en inglés.

2.5.2 QUIZIZZ

Es una plataforma digital interactiva que permite crear y aplicar cuestionarios en tiempo real, convirtiéndose en una herramienta efectiva de gamificación en el ámbito educativo. A través de un enfoque lúdico y



personalizado, esta herramienta promueve la participación activa del estudiante, favorece el aprendizaje autónomo y refuerza la comprensión de contenidos en un ambiente dinámico y motivador.

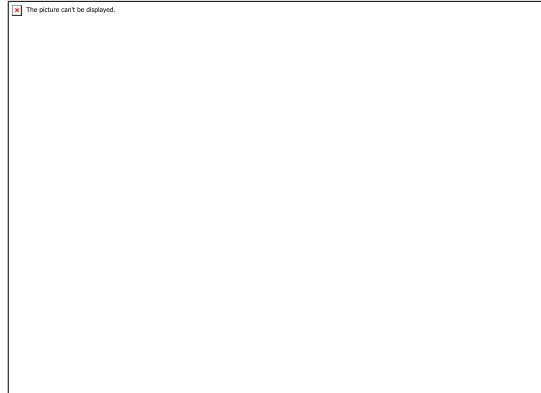
De acuerdo con Ramírez y Mendoza (2021), Quizizz incrementa la atención y el interés de los alumnos al incorporar elementos como retroalimentación inmediata, puntuaciones, avatares y clasificación por resultados. Además, su flexibilidad permite aplicarlo en el aula presencial o virtual, adaptándose a distintas asignaturas, incluyendo el aprendizaje del idioma inglés, donde puede emplearse para practicar vocabulario, gramática o comprensión lectora de forma divertida y efectiva.

La aplicación les permite a los alumnos realizar quiz con temarios de la asignatura, ya sea por turnos o asignados por grupo por el docente. Sin embargo, antes de que el educando realice esta actividad, primero debe de establecer la información que considere necesaria a través de pensamientos relacionados con los contenidos impartidos por el docente (Usán, 2019). De esta forma el estudiante fomenta la meta cognición y logra promover un aprendizaje autorregulado. Quizizz es una aplicación que le permite a los docentes

gamificar su aula de clases a través de la elaboración de concurso de preguntas, logrando de esta forma obtener la atención del educando e incluso fomentar en el un aprendizaje activo. Además, le permite al estudiante autoevaluarse con juegos de retos para determinar sus saberes. (Usán, 2019).

2.5.3 WORDWALL

Wordwall es una herramienta digital educativa que permite crear actividades interactivas y dinámicas con fines didácticos, principalmente a través de la gamificación. Esta plataforma transforma contenidos tradicionales en juegos, cuestionarios y otros formatos visuales que fomentan la participación activa del estudiante.



Según **Álvarez (2020)**, *Wordwall* se caracteriza por ser una aplicación accesible, motivadora y efectiva en la enseñanza de lenguas extranjeras, especialmente en el aprendizaje del vocabulario, ya que permite reforzar conocimientos mediante actividades lúdicas. Esta visión coincide con lo planteado por **Gros (2007)**, quien sostiene que el uso de entornos digitales interactivos promueve el desarrollo de competencias cognitivas y la autonomía del aprendizaje.

Además, **Castaño y Maíz (2015)** destacan que plataformas como Wordwall responden a los principios de la gamificación educativa, transformando el aula en un entorno participativo, emocionalmente significativo y centrado en el estudiante. En línea con esto, **Cabero y Llorente (2013)** argumentan que el uso de las TIC en el aula favorece la motivación y la inclusión, al permitir adaptar los contenidos a diferentes estilos y ritmos de aprendizaje.

2.5.4 DUOLINGO

Duolingo es una plataforma digital gratuita diseñada para la enseñanza de idiomas mediante ejercicios interactivos y técnicas de gamificación. Desde su lanzamiento en 2011, se ha



posicionado como una de las aplicaciones más populares para el aprendizaje de lenguas extranjeras gracias a su enfoque basado en la repetición espaciada, la retroalimentación inmediata y el refuerzo positivo (Vesselinov & Grego, 2012).

De acuerdo con Ramírez y Rodríguez (2020), Duolingo ofrece una estructura que fomenta la autonomía del estudiante, permitiéndole avanzar a su propio ritmo y acceder al contenido desde múltiples dispositivos. Además, sus elementos lúdicos —como niveles, vidas, insignias y recompensas virtuales— mantienen al usuario motivado y comprometido con su progreso, lo cual es fundamental en el aprendizaje de una segunda lengua.

Por su parte, Gómez y Morales (2021) destacan que Duolingo se adapta a distintos estilos de aprendizaje al combinar texto, audio, imágenes y pronunciación, lo que resulta beneficioso para el desarrollo de competencias lingüísticas básicas como la lectura, la escritura, la comprensión auditiva y la expresión oral.

En términos pedagógicos, Duolingo se sustenta en principios del aprendizaje significativo de Ausubel, ya que relaciona nuevos conocimientos con estructuras previas del aprendiz a través de actividades contextualizadas y funcionales. También incorpora aspectos del constructivismo, al favorecer el aprendizaje activo y personalizado (Martínez & Peña, 2019).

2.6 Fundamento psicológico. y pedagógico de la gamificación

La gamificación se basa en principios de la psicología motivacional y del comportamiento, especialmente en cómo se puede estimular el aprendizaje mediante emociones, recompensas y desafíos significativos.

Teoría de la Autodeterminación (Self-Determination Theory, SDT)

Autores: Deci y Ryan (1985, 2000)

Esta teoría sostiene que la motivación humana se basa en tres necesidades psicológicas fundamentales:

Autonomía: Sentirse en control de las propias acciones.

Competencia: Sentirse capaz de afrontar retos.

Relación: Sentirse conectado con los demás.

La gamificación apoya estas tres necesidades mediante recompensas, retroalimentación, trabajo en equipo y libertad de elección.

Desde el punto de vista pedagógico, la gamificación se alinea con enfoques modernos centrados en el estudiante y en el aprendizaje activo.

Constructivismo

Autores: Piaget (1950), Vygotsky (1978)

El constructivismo sostiene que los estudiantes construyen su propio conocimiento a partir de la experiencia. La gamificación ofrece contextos interactivos, significativos y colaborativos que favorecen este tipo de aprendizaje.

La gamificación se alinea con el constructivismo pedagógico, el cual sostiene que el conocimiento no es una copia de la realidad externa, sino una construcción interna que el sujeto realiza a partir de la interacción con su entorno y con los demás (Piaget, 1950; Vygotsky, 1978). En este sentido, los entornos gamificados permiten al estudiante

participar activamente en situaciones de aprendizaje donde explora, resuelve problemas, toma decisiones y colabora con sus pares, facilitando una construcción significativa del conocimiento.

Desde la perspectiva de Vygotsky (1978), los elementos de cooperación y desafío que caracterizan la gamificación estimulan la zona de desarrollo próximo, permitiendo que los estudiantes avancen a través de la mediación y la colaboración. La estructura narrativa, la retroalimentación constante y la progresión gradual de niveles o misiones, propias de las plataformas gamificadas, favorecen un andamiaje pedagógico efectivo.

"El conocimiento se construye de manera activa y social; el juego puede ser una herramienta poderosa para facilitar ese proceso" (Vygotsky, 1978).

Otro referente clave del fundamento pedagógico de la gamificación es la teoría del aprendizaje experiencial, formulada por Kolb (1984), quien sostiene que el aprendizaje ocurre mediante un ciclo continuo de experiencia concreta, reflexión, conceptualización y aplicación activa. Las dinámicas gamificadas favorecen este ciclo al plantear experiencias simuladas, desafiantes y contextualizadas en las que el estudiante puede aplicar sus conocimientos en situaciones problemáticas reales o ficticias.

Así, el estudiante no solo memoriza información, sino que vivencia el contenido, lo reflexiona y lo aplica en contextos diversos, lo que contribuye al desarrollo de competencias cognitivas, comunicativas y sociales.

La gamificación también se fundamenta en los principios del aprendizaje significativo propuesto por Ausubel (1976), quien sostiene que el nuevo conocimiento se adquiere cuando puede relacionarse de manera no arbitraria con los conocimientos previos del estudiante. Las experiencias gamificadas, al estar diseñadas con propósitos educativos claros y conectadas con los intereses de los estudiantes, facilitan esa integración conceptual.

Asimismo, la inclusión de elementos lúdicos, narrativos y competitivos incrementa la motivación intrínseca, favoreciendo una actitud positiva hacia el aprendizaje. Esto es coherente con enfoques pedagógicos contemporáneos que reconocen el papel fundamental

de la emoción y el compromiso en los procesos de enseñanza-aprendizaje (Gee, 2003; Prensky, 2001).

Aprendizaje Experiencial

Autor: David A. Kolb (1984)

La gamificación promueve el aprendizaje a través de la experiencia, permitiendo a los estudiantes aplicar conocimientos en situaciones simuladas o lúdicas.

Aprendizaje Basado en Juegos (Game-Based Learning)

Autores: Gee (2003), Prensky (2001)

Los juegos permiten aprender mediante la experimentación, el error, la repetición y la toma de decisiones significativas. La gamificación toma elementos de los juegos para diseñar experiencias educativas atractivas y efectivas.

La gamificación también se fundamenta en los principios del aprendizaje significativo propuesto por Ausubel (1976), quien sostiene que el nuevo conocimiento se adquiere cuando puede relacionarse de manera no arbitraria con los conocimientos previos del estudiante. Las experiencias gamificadas, al estar diseñadas con propósitos educativos claros y conectadas con los intereses de los estudiantes, facilitan esa integración conceptual.

Asimismo, la inclusión de elementos lúdicos, narrativos y competitivos incrementa la motivación intrínseca, favoreciendo una actitud positiva hacia el aprendizaje. Esto es coherente con enfoques pedagógicos contemporáneos que reconocen el papel fundamental de la emoción y el compromiso en los procesos de enseñanza-aprendizaje (Gee, 2003; Prensky, 2001).

2.7 Marco legal y política educativa para la integración de tecnología en la educación superior

El marco legal que sustenta esta investigación se fundamenta en normativas nacionales e institucionales que promueven el uso de tecnologías digitales y la enseñanza del idioma inglés como eje fundamental del desarrollo educativo en Panamá.

En primer lugar, la Ley 2 de 14 de enero 2003 declara al idioma inglés como segunda lengua en el sistema educativo panameño. Esta ley establece la necesidad de implementar programas de formación bilingüe desde niveles básicos, reconociendo la importancia del inglés en el ámbito laboral y académico. En ella se pueden describir los siguientes artículos que enfatizan su uso.

Artículo 5. Los centros de formación pedagógica, oficiales y particulares, los institutos superiores del sector público y privado y las universidades oficiales y particulares, incluirán y desarrollarán un programa especial de formación para la enseñanza del idioma inglés, a fin de que sus egresados tengan dominio de la metodología para la enseñanza de dicho idioma en el primer y segundo nivel de enseñanza.

Artículo 6. Las universidades oficiales y particulares establecerán los mecanismos y los programas necesarios para que el aspirante a cualquier título universitario, además del español, tenga los conocimientos de inglés u otro idioma de uso internacional necesarios para su ejercicio profesional. Esta disposición se implementará en un término que no excederá los cinco años, contado a partir de la promulgación de la presente ley.

Artículo 7. En el caso de la educación superior, se hará énfasis en el aprendizaje, tanto del idioma inglés como de otro idioma de uso internacional en las carreras de turismo, tecnología, sector marítimo y aéreo, relaciones internacionales, informática, telecomunicaciones, comercialización y mercadeo de productos agropecuarios, con la finalidad, entre otras, de promover inversiones nacionales y extranjeras en cada uno de estos sectores.

Por otra parte, la Ley Orgánica de Educación (Ley 47 de 1946, reformada en 1995) contempla el uso de métodos modernos de enseñanza y el aprovechamiento de las tecnologías como apoyo al proceso pedagógico. Esto respalda la aplicación de estrategias digitales dentro del aula, incluyendo el uso de herramientas gamificadas que faciliten la adquisición de competencias lingüísticas.

Estos artículos de la Ley orgánica de educación mencionan principios relevantes a métodos modernos de enseñanza que integren ciencia y tecnología al proceso educativo

Artículo 3. La educación panameña se fundamenta en principios universales, humanísticos, cívicos, éticos, morales, democráticos, científicos, tecnológicos, en la idiosincrasia de nuestras comunidades y en la cultura nacional.

Parágrafo: Estos principios se orientan en la justicia social, que servirá de afirmación y fortalecimiento de la nacionalidad panameña.

Artículo 14. La Educación, como proceso permanente, científico y dinámico, desarrollará los principios de "aprender a ser". "aprender a aprender" y "aprender a hacer", sobre proyectos reales que permitan preparar al ser humano y a la sociedad con una actitud positiva hacia el cambio que eleve su dignidad, con base en el fortalecimiento del espíritu y el respeto a los derechos humanos.

El sistema educativo se actualizará permanentemente, para mantenerse acorde con los cambios tecnológicos y científicos, utilizando métodos y técnicas didácticas activas y participativas.

En cuanto al nivel de enseñanza o educación superior la Ley 34 de 1995 en su artículo 54. Subrógase el Artículo de la Ley 47 de 1946 así: **Artículo 59.** El tercer nivel de enseñanza o educación superior tiene como objeto la formación profesional especializada, la investigación, difusión y profundización de la cultura nacional y universal, para que sus egresados puedan responder a las necesidades del desarrollo integral de la nación.

En el artículo 55. subrógase el artículo 60 de la Ley 47 de 1946 así: **Artículo 60.** La educación correspondiente al tercer nivel de enseñanza o educación superior, será

impartida en las universidades y centros de enseñanza superior y en los centros de educación postmedia.

En el artículo 56. Subrógase el Artículo 61 de la Ley 47 de 1946 así: **Artículo 61.** Los estudios que se impartan en los centros de enseñanza superior cumplirán funciones de docencia de la más alta calidad y de amplia cultura general de modo que permitan la formación de profesionales en los distintos campos de la investigación y de la actividad humana, la extensión científica, técnica y cultural, así como servicios altamente profesionales y de asesoría. Mediante decreto se establecerá la fundación y reglamentación de estos centros.

Artículo 57. Subrogase el Artículo 62 de la Ley 47 de 1946 así: **Artículo 62.** El estado proporcionará las facilidades técnicas y los recursos apropiados para propiciar e impulsar la educación superior.

A nivel institucional, el Reglamento de Trabajos de Graduación de la Universidad de Panamá y los lineamientos académicos del Centro Regional Universitario de San Miguelito permiten y fomentan el desarrollo de investigaciones aplicadas que integren las tecnologías de la información y la comunicación con fines pedagógicos.

Finalmente, el uso de estrategias de gamificación también puede relacionarse con la Agenda Educativa 2030 de la UNESCO, que promueve una educación inclusiva, equitativa y de calidad, haciendo uso de tecnologías innovadoras para el aprendizaje.

La inclusión de principios científicos y tecnológicos en el artículo 3, combinado con los requisitos de investigación, innovación pedagógica y calidad docente en los artículos del 59 al 62, crea un marco normativo que legitima el uso de métodos pedagógicos actuales, como aprendizaje activo, tecnologías educativas, investigación aplicada, en la educación superior.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño de investigación

La presente investigación es de tipo cuantitativa, ya que se enfoca en la recolección y análisis de datos numéricos mediante instrumentos estructurados, con el fin de medir el impacto de las estrategias digitales de gamificación en el aprendizaje del idioma inglés.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación cuantitativa “se caracteriza por el uso de la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico”.

Se utilizará un diseño pre experimental, específicamente del tipo pretest-posttest con un solo grupo. Esta elección responde a la necesidad de evaluar los conocimientos de los estudiantes antes y después de la aplicación de estrategias digitales de gamificación.

Hernández et al. (2014) describen el diseño pre experimental como “aquel en el que se manipula la variable independiente, pero no se controla de forma rigurosa el entorno ni se dispone de un grupo de control”.

3.1.1 Enfoque de estudio

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, dado que se centra en la recolección y análisis de datos numéricos provenientes de encuestas aplicadas a los estudiantes del primer año de la Licenciatura en Turismo. Este enfoque permite medir de manera objetiva variables como motivación, participación y percepción sobre el uso de estrategias digitales de gamificación en el aprendizaje del inglés.

3.1.2 Tipo de estudio

El estudio se clasifica como descriptivo, ya que su propósito es caracterizar y analizar la percepción de los estudiantes respecto a las estrategias digitales de gamificación, a partir de la información obtenida mediante encuestas. No se realizó intervención experimental, sino que se recopilaron datos directamente de los participantes para describir cómo estas herramientas impactan en su motivación y desarrollo de competencias comunicativas en inglés.

3.2 Hipótesis.

La aplicación de estrategias digitales de gamificación mejora significativamente el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la Universidad de Panamá.

3.2.1 Definición operacional de variables.

El estudio que se va a realizar acerca de las Estrategias Digitales de Gamificación en el Aprendizaje del Idioma Inglés para estudiantes de primer año de la Licenciatura en Turismo del Centro Regional Universitario de San Miguelito.; contempla las variables independientes y dependiente.

Variable independiente (causa)Estrategias digitales de gamificación y la variable dependiente(efecto) es el aprendizaje del idioma inglés para estudiantes del primer año de la Licenciatura en turismo.

3.3. Descripción de Indicadores

Variable	Indicador	Cómo se mide
Estrategias digitales de gamificación	Participación en actividades gamificadas	Número de participaciones en quizzes, retos y juegos
	Interés y motivación	Preguntas de la encuesta sobre entusiasmo y disposición
	Uso de herramientas digitales	Preguntas de la encuesta sobre frecuencia y tipo de herramientas
Aprendizaje del inglés (competencias comunicativas)	Expresión oral	Observación de fluidez, claridad y respuestas en actividades
	Comprensión y uso de vocabulario	Encuesta y desempeño en retos de vocabulario
	Participación activa	Observación de intervenciones

		en actividades grupales
	Confianza al comunicarse	Preguntas de la encuesta sobre seguridad al hablar inglés

3.4 Fuentes primarias y secundarias

3.4.1 Fuentes primarias

En el desarrollo de esta investigación, la fuente primaria estuvo conformada por la información obtenida a través de la encuesta aplicada a los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Turismo del Centro Regional Universitario de San Miguelito. Dichas encuestas se diseñaron con el propósito de recopilar datos directos sobre las percepciones, motivaciones y experiencias de los estudiantes en relación con la incorporación de estrategias digitales de gamificación en el aprendizaje del idioma inglés. Además de la investigación relacionada con el tema el cual pude recopilar aspectos importantes que nutren esta investigación, seguido de la literatura que sustenta por qué las estrategias digitales de gamificación promueven el aprendizaje efectivo de un idioma.

3.4.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias de esta investigación estuvieron conformadas por libros, artículos científicos, tesis y documentos institucionales relacionados con la enseñanza del inglés, la gamificación y el uso de recursos digitales en la educación superior. Estos materiales permitieron construir el marco teórico que fundamenta el estudio, así como contextualizar la importancia de implementar estrategias pedagógicas innovadoras en la formación universitaria. A través del análisis de estas referencias, fue posible identificar aportes teóricos, experiencias previas y resultados de investigaciones que enriquecieron la comprensión del tema y respaldaron la pertinencia de aplicar la gamificación digital como herramienta didáctica en la enseñanza del idioma inglés.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

La población objetivo de la presente investigación estaba conformada por 35 estudiantes del primer año de la Licenciatura en Turismo del Centro Regional Universitario de San Miguelito, distribuidos en dos turnos: 23 estudiantes del turno matutino y 12 estudiantes del turno nocturno.

3.5.2 Tipo de Muestra

Durante el segundo semestre, únicamente 16 estudiantes se encontraban activos y disponibles para participar en la investigación. Por esta razón, se trabajó con un censo de los estudiantes disponibles, asegurando que todos los participantes accesibles fueran incluidos en el estudio.

El análisis de los datos se realizó de manera descriptiva, utilizando frecuencias y porcentajes para cada indicador medido mediante la encuesta. Esto permitió caracterizar la motivación, participación y desarrollo de competencias comunicativas en inglés de los estudiantes, así como evaluar la percepción sobre el uso de estrategias digitales de gamificación en el proceso de aprendizaje.

Cabe señalar que los resultados reflejan la situación de los estudiantes activos en el semestre, por lo que se considera necesario mencionar esta condición como una limitación del estudio, dado que no incluye a los estudiantes que no estaban matriculados en ese periodo.

3.6. Instrumentos

3.6.1 Descripción del instrumento

El instrumento principal utilizado en la investigación fue una encuesta estructurada, diseñada específicamente para recopilar información sobre la percepción, motivación,

participación y desarrollo de competencias comunicativas en inglés de los estudiantes del primer año de la Licenciatura en Turismo del Centro Regional Universitario de San Miguelito.

La encuesta se estructuró en secciones que permitieron evaluar los indicadores definidos en el estudio: participación en actividades gamificadas, interés y motivación, uso de herramientas digitales, expresión oral, comprensión y uso de vocabulario, participación activa y confianza al comunicarse. Cada ítem fue formulado con preguntas cerradas

3.7. Variables

Variable	Tipo de variable	Definición conceptual	Definición operativa	Dimensiones	Indicadores
Estrategias digitales de gamificación	Independiente	Métodos pedagógicos que emplean herramientas tecnológicas para facilitar y optimizar el aprendizaje (Salinas, 2012).	Conjunto de recursos y dinámicas digitales interactivas, fundamentadas en la gamificación, que se aplican para fomentar la motivación y participación en el aprendizaje del idioma inglés.	1. Elementos de gamificación 2. Recursos tecnológicos 3. Estrategias metodológicas gamificadas	- Uso de recompensas, puntos, niveles - Utilización de plataformas como Kahoot, Quizizz, Duolingo - Aplicación de dinámicas lúdicas estructuradas

Aprendizaje del idioma inglés	Dependiente	Proceso de instrucción orientado a desarrollar competencias lingüísticas en comprensión, expresión oral, lectura y escritura en este idioma (Harmer, 2015).	Nivel de adquisición de competencias lingüísticas básicas en el idioma inglés, evidenciado mediante la evaluación de actividades pedagógicas integradas con estrategias digitales gamificadas.	1. Comprensión auditiva 2. Producción oral 3. Comprensión lectora 4. Producción escrita	- Identificación de información auditiva - Fluidez y pronunciación adecuada - Lectura comprensiva de textos - Redacción de oraciones coherentes
-------------------------------	-------------	---	--	--	--

3.8. Procedimiento

Para llevar a cabo esta investigación, se siguió un proceso sencillo, pero cuidadosamente planificado. La intención fue comprender de manera cercana el nivel de motivación, participación y efectividad que generan estas aplicaciones en el desarrollo de competencias comunicativas.

En primer lugar, se seleccionó a los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Turismo del Centro Regional Universitario de San Miguelito como población de estudio.

Luego, se elaboró y aplicó una encuesta para conocer sus motivación, percepciones, experiencias, participación y efectividad que generan estas aplicaciones en el desarrollo de competencias comunicativas. en el aprendizaje del inglés, así como su interés en el uso de herramientas digitales gamificadas como Kahoot, Quizizz, Wordwall y Duolingo.

Posteriormente, se recopilaron y organizaron los datos obtenidos, los cuales fueron analizados de manera descriptiva para identificar tendencias y áreas de mejora. Finalmente, con base en los resultados, se hizo una propuesta en donde las estrategias digitales de gamificación puedan aplicarse como herramienta extracurricular y así lograr fortalecer el proceso de enseñanza y aprendizaje del idioma inglés.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo de la investigación se presentan los resultados obtenidos a partir de las encuestas aplicadas a los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Turismo del Centro Regional Universitario de San Miguelito. El objetivo principal de este análisis es comprender cómo las estrategias digitales de gamificación influyen en el aprendizaje del idioma inglés y en la motivación de los estudiantes dentro del proceso educativo.

A través de la interpretación de los datos recopilados, se busca identificar las percepciones, actitudes y experiencias de los estudiantes frente al uso de herramientas digitales gamificadas. Este análisis no solo permite conocer el impacto de dichas estrategias en el desarrollo de habilidades lingüísticas, sino también reconocer su papel en la participación activa, el interés y la confianza de los estudiantes al interactuar en inglés.

Los resultados que se exponen a continuación se organizan de manera clara y coherente, relacionando los hallazgos con los objetivos y fundamentos teóricos del estudio. De este modo, se pretende ofrecer una visión integral del efecto que tiene la gamificación digital en el contexto universitario, aportando evidencias que puedan servir de apoyo para futuras propuestas pedagógicas orientadas a mejorar la enseñanza y el aprendizaje del inglés.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en cada una de los aspectos evaluados del instrumento aplicado. Estos resultados reflejan las percepciones y experiencias de los estudiantes frente al uso de estrategias digitales de gamificación en el aprendizaje del idioma inglés. Su análisis permite observar las tendencias más significativas y establecer relaciones entre las variables estudiadas, proporcionando una base sólida para la interpretación y discusión posterior de los hallazgos.

4.1 Análisis de los resultados de encuesta a los estudiantes

<i>Cuadro N° 1 Distribución de estudiantes según turno y año académico</i>		
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
I año matutino	12	75%
I año nocturno	4	25%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Esta pregunta tenía como objetivo identificar la distribución de los estudiantes según el turno y el año académico en el que se encuentran, información que resulta primordial para contextualizar los hallazgos del estudio. De los 16 estudiantes encuestados, se observa que la mayoría pertenece al primer año en el turno matutino, con un total de 12 estudiantes, lo que representa el 75 % del total de la muestra. Por otro lado, un grupo más reducido, compuesto por 4 estudiantes, cursa también el primer año, pero en el turno nocturno, equivalente al 25 % restante.

Estos resultados reflejan que la muestra está fuertemente concentrada en el turno matutino, lo que puede estar relacionado con factores como la disponibilidad horaria, la preferencia personal de los estudiantes o la estructura de la oferta académica del programa de Turismo. Esta concentración implica que la mayoría de las percepciones y experiencias recogidas en la encuesta provienen de estudiantes que realizan sus actividades educativas durante la mañana, lo cual es relevante para interpretar cómo las estrategias digitales de gamificación impactan en su aprendizaje.

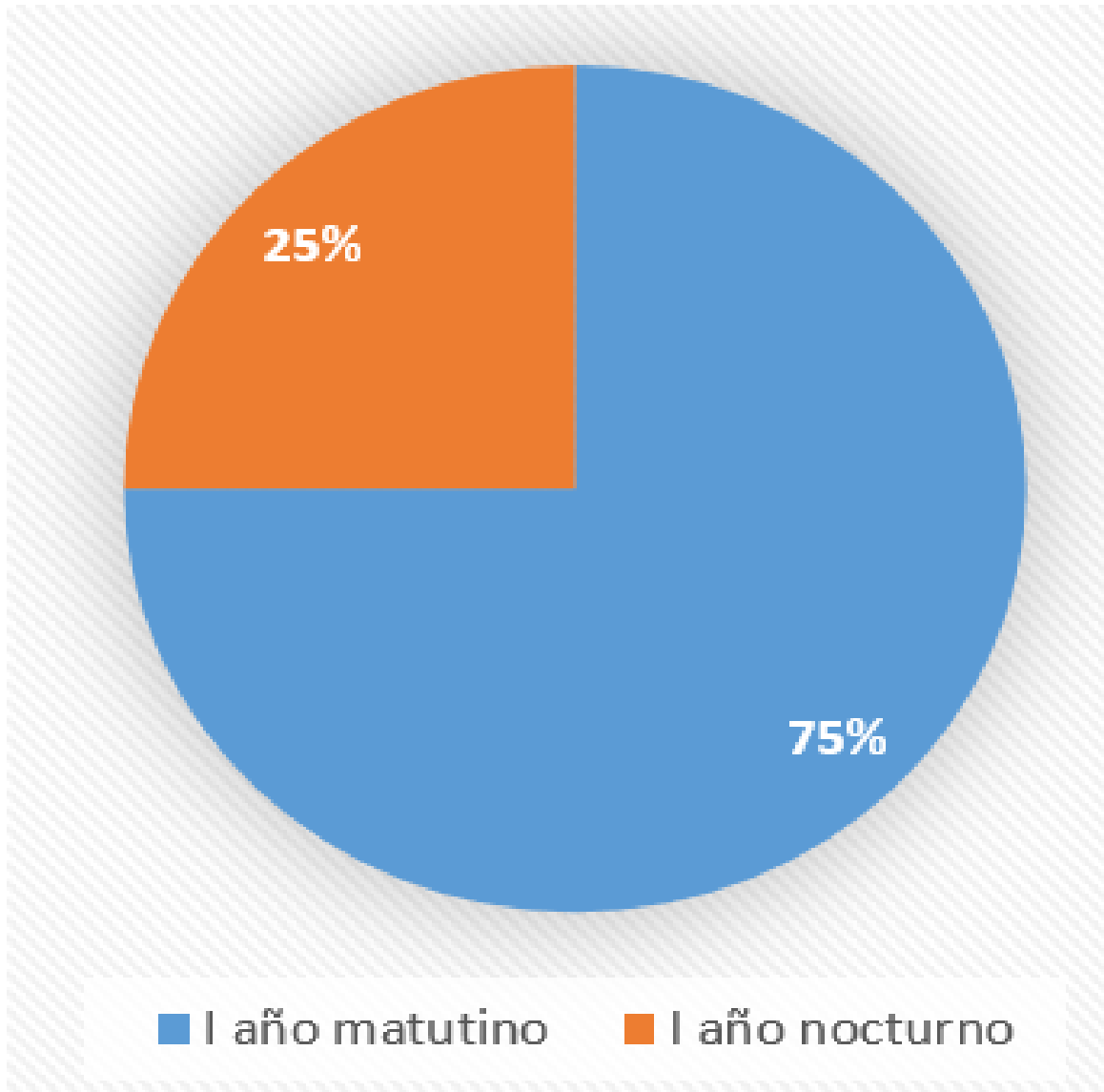
A pesar de la menor representación del turno nocturno, los datos de este grupo son igualmente valiosos, ya que aportan una perspectiva complementaria sobre la experiencia de aprendizaje en horarios distintos. Esta diversidad, aunque limitada en número, permite

explorar si existen diferencias en la motivación, participación e interacción con las herramientas gamificadas entre estudiantes que estudian en distintos turnos.

En términos generales, la distribución observada permite establecer un perfil inicial de la muestra: estudiantes de primer año, predominantemente del turno matutino, cuya participación en la encuesta brinda información significativa para analizar la percepción de las estrategias digitales de gamificación en el aprendizaje del inglés. Este contexto es fundamental, ya que el turno y el año académico pueden influir en la disponibilidad de tiempo, el nivel de energía y la disposición de los estudiantes para interactuar con actividades innovadoras dentro del aula.

En fin , el conocimiento de la composición de la muestra en relación con el turno y el año académico constituye un primer paso esencial para interpretar los resultados obtenidos, proporcionando un marco de referencia que enriquece la comprensión de cómo las estrategias de gamificación impactan de manera diferenciada según el contexto horario de los estudiantes.

Gráfica N°1
TURNO Y AÑO ACADÉMICO



Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Cuadro N° 2 Sexo

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
<i>Masculino</i>	5	31.3%
<i>Femenino</i>	11	68.8%
<i>Total</i>	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

La muestra está compuesta mayoritariamente por estudiantes del sexo femenino, quienes representan el 68.8 % del total de participantes, mientras que el 31.3 % corresponde al sexo masculino. Esta diferencia evidencia una mayor presencia de mujeres dentro de la Licenciatura en Turismo, un patrón que suele observarse en carreras relacionadas con la atención al público, los servicios y la gestión turística.

La predominancia del sexo femenino puede influir en la manera en que se perciben y asimilan las estrategias digitales de gamificación aplicadas al aprendizaje del inglés. Las estudiantes, al representar la mayoría, aportan una visión significativa sobre el grado de motivación y la receptividad hacia este tipo de recursos innovadores.

Aunque la proporción masculina es menor, su participación resulta igualmente valiosa, ya que contribuye a una comprensión más amplia de las experiencias educativas desde distintas perspectivas de género. Esta distribución, por tanto, ofrece un contexto relevante para interpretar los resultados del estudio, al reflejar la composición real del grupo de estudiantes que cursa el primer año de la Licenciatura en Turismo en el Centro Regional Universitario de San Miguelito.

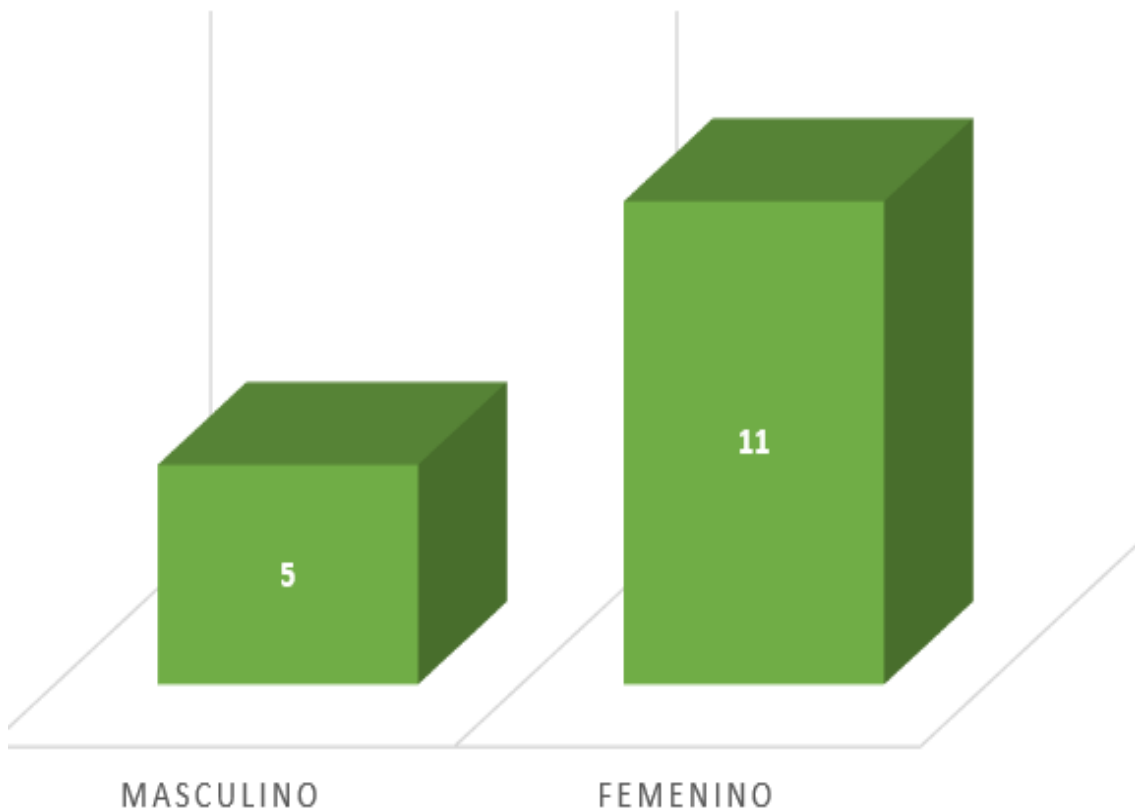
Este resultado con predominio femenino en el sector turístico se reflejarse ya que en 2022 representaba aproximadamente el 54 % de la fuerza laboral mundial, según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), responde en gran medida a que esta industria ha constituido históricamente un espacio de oportunidades laborales y de empoderamiento para las mujeres.

En efecto, el turismo ha funcionado como un medio para fortalecer la independencia económica y social femenina, al ofrecer alternativas de empleo accesibles y diversas en diferentes niveles de formación. De esta manera, el sector se ha consolidado como una fuente relevante de subsistencia, autonomía y participación activa de las mujeres en la economía global.

Este fenómeno, además, refleja una tendencia sostenida hacia la inclusión y equidad de género dentro de las dinámicas laborales del turismo, donde la participación de la mujer no solo aporta al desarrollo económico, sino también a la transformación social de las comunidades (ONU Mujeres & OMT, 2022).

Gráfica N°2

SEXO



Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Cuadro N° 3 Nivel de Preparación para hablar inglés

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Muy preparado	0	0%
Preparado	1	6%
Regular	3	19%
Poco preparado	9	56%
Nada preparado	3	19%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Los resultados obtenidos evidencian una tendencia significativa hacia niveles bajos de autopercepción en cuanto a la preparación para comunicarse en inglés dentro de entornos laborales vinculados al turismo. De los dieciséis (16) estudiantes encuestados, más de la mitad (56 %) manifestó sentirse poco preparado, mientras que un 19 % indicó no sentirse preparado en absoluto. Este dato resulta particularmente relevante, ya que evidencia una percepción generalizada de insuficiencia lingüística entre los estudiantes del primer año de la Licenciatura en Turismo.

Por otra parte, un 19 % se ubicó en un nivel regular, lo que podría interpretarse como un grupo que reconoce ciertos conocimientos básicos del idioma, aunque sin la seguridad necesaria para desenvolverse en contextos laborales reales. Solo un 6 % expresó sentirse preparado, y ninguno manifestó sentirse muy preparado, lo que pone de relieve un vacío formativo en las competencias comunicativas orales del inglés, especialmente en su aplicación práctica a situaciones profesionales turísticas.

Esta autoevaluación de debilidad comunicativa puede estar relacionada con diversos factores, entre ellos, la escasa práctica oral en entornos reales o simulados, el uso limitado de metodologías activas en el aula y la ausencia de experiencias inmersivas que permitan a los estudiantes aplicar el idioma con fines laborales. En este sentido, los resultados

coinciden con lo expuesto por Espitia y Sánchez (2021), quienes sostienen que “el aprendizaje significativo del inglés en carreras orientadas al turismo requiere de metodologías vivenciales que conecten al estudiante con escenarios auténticos de comunicación”.

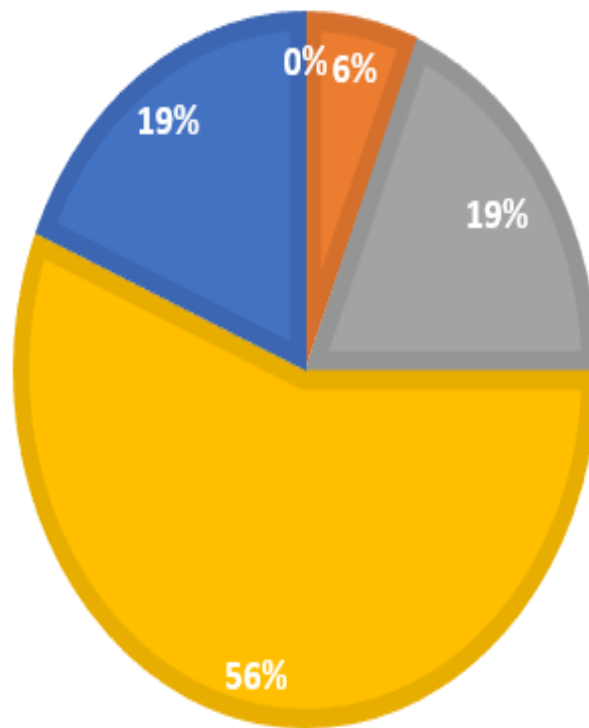
Asimismo, esta situación refuerza la necesidad de implementar estrategias digitales de gamificación, ya que dichas herramientas fomentan la participación activa, la motivación intrínseca y la confianza comunicativa del estudiante. Como señala Werbach (2020), la gamificación puede transformar la actitud del aprendiz al convertir el proceso educativo en una experiencia dinámica, interactiva y orientada a la acción. En el caso de los futuros profesionales del turismo, esta aproximación no solo contribuiría a fortalecer la competencia lingüística, sino también a mejorar su seguridad y desempeño en contextos laborales donde el inglés constituye un medio esencial de interacción internacional.

El análisis de esta pregunta pone en evidencia que los estudiantes reconocen la importancia del inglés en su campo profesional, pero aún no se perciben con las habilidades suficientes para emplearlo con fluidez y seguridad en situaciones turísticas reales. Esto plantea el reto como universidad de revisar las estrategias pedagógicas y fortalecer el componente comunicativo del programa, incorporando herramientas tecnológicas y didácticas innovadoras que promuevan una experiencia de aprendizaje más integral y significativa.

Gráfica N°3

Nivel de preparación para hablar Inglés

■ Muy preparado ■ Preparado ■ Regular ■ Poco preparado ■ Nada preparado



Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Cuadro N° 4 Plataformas digitales utilizadas por los estudiantes

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Duolingo	9	53%
Kahoot	1	6%
Quizizz	1	6%
Worldwall	0	0%
Classcraft	0	0%
Ninguno de los anteriores	5	35%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Los resultados obtenidos reflejan una tendencia clara hacia el uso limitado de plataformas digitales entre los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Turismo. De los dieciséis (16) participantes, nueve (9) señalaron haber utilizado Duolingo, lo que equivale al 53 % del total. Esta plataforma destaca como la herramienta más reconocida y empleada para el aprendizaje del inglés, posiblemente por su facilidad de acceso, su carácter gratuito y su enfoque lúdico, que permite al estudiante aprender de manera autónoma mediante niveles, recompensas y retos interactivos.

En contraste, solo un estudiante (6 %) manifestó haber utilizado Kahoot, y otro (6 %) mencionó Quizizz, ambas plataformas asociadas a la gamificación educativa y frecuentemente empleadas en entornos formales para reforzar contenidos a través de la competencia y la retroalimentación inmediata. Ninguno de los participantes reportó el uso de Wordwall ni de Classcraft, lo que podría evidenciar una falta de conocimiento o de acceso a otras herramientas digitales con potencial pedagógico.

Resulta también relevante que cinco estudiantes (3 %) afirmaran no haber utilizado ninguna de las plataformas mencionadas, lo que sugiere la existencia de un vacío en la integración tecnológica dentro del proceso de aprendizaje del inglés. Esta situación podría deberse a varios factores, como la limitada orientación docente en el uso de herramientas digitales, la falta de recursos tecnológicos personales o la poca familiaridad de los estudiantes con entornos virtuales de aprendizaje.

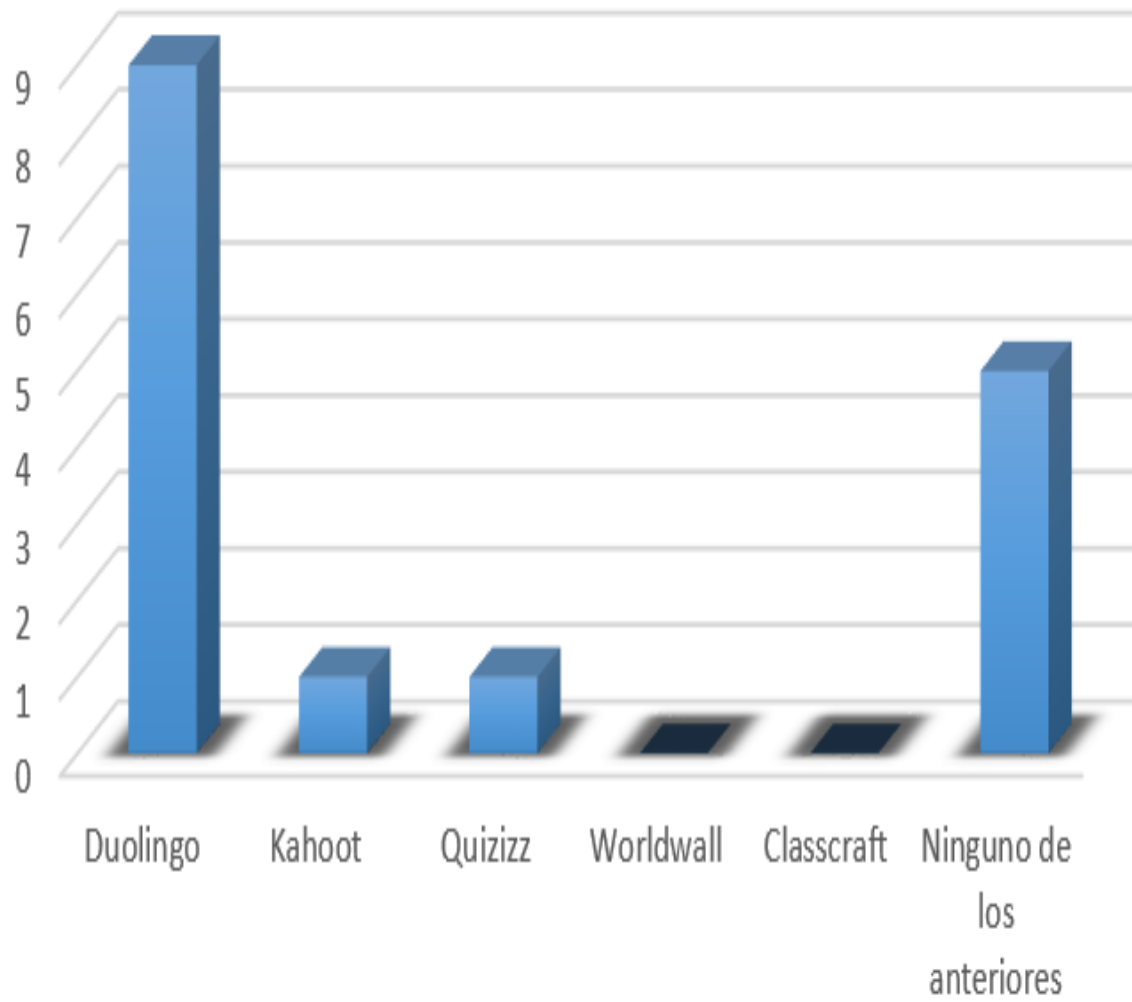
En términos generales, los datos ponen de manifiesto que el uso de plataformas digitales se concentra en herramientas autónomas y de fácil acceso, mientras que las opciones más interactivas y colaborativas son escasamente exploradas. Este panorama coincide con lo señalado por Contreras y Martínez (2022), quienes afirman que la adopción de la gamificación en contextos universitarios depende en gran medida del acompañamiento docente y de la integración planificada de recursos tecnológicos en el currículo.

Por tanto, los resultados de esta pregunta refuerzan la importancia de promover una cultura digital en el aula universitaria, mediante la capacitación tanto de docentes como de estudiantes en el uso de estrategias gamificadas. La incorporación efectiva de plataformas como Kahoot, Quizziz o Classcraft podría contribuir significativamente a incrementar la motivación, la participación activa y el aprendizaje significativo del inglés, especialmente en programas académicos orientados al turismo, donde la comunicación en este idioma constituye una competencia profesional esencial.

Gráfica N°4

Plataformas digitales utilizadas por los estudiantes

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025



<i>Cuadro N° 5 Frecuencia de uso de herramientas digitales</i>		
Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Intensiva	0	0%
Constante	0	0%
Regularida	4	25%
Esporadicamente	7	44%
No utilizo	6	31%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Luego del análisis obtenido se pudo evidenciar que la mayoría de los estudiantes no mantiene un uso constante o intensivo de herramientas digitales para la práctica del idioma inglés. Ninguno de los dieciséis (16) participantes manifestó utilizarlas de forma intensiva o constante, lo que refleja una ausencia de hábitos regulares de estudio autónomo mediante recursos tecnológicos.

Por otro lado, cuatro estudiantes (25 %) indicaron utilizarlas con cierta regularidad, mientras que siete (44 %) reconocieron utilizar estas herramientas esporadicamente, lo que sugiere un patrón intermitente y poco estructurado en el aprovechamiento de estas herramientas. Cabe destacar que seis estudiantes (31%) afirmaron no utilizar ninguna herramienta digital, lo que evidencia una brecha significativa en la integración de la tecnología dentro de su proceso de aprendizaje del inglés.

Estos resultados reflejan que, si bien algunos estudiantes recurren de manera ocasional a plataformas digitales, la mayoría no cuenta con hábitos establecidos que le permitan desarrollar competencias lingüísticas de manera autónoma. Esta situación podría estar relacionada con factores como la falta de motivación, desconocimiento de las herramientas

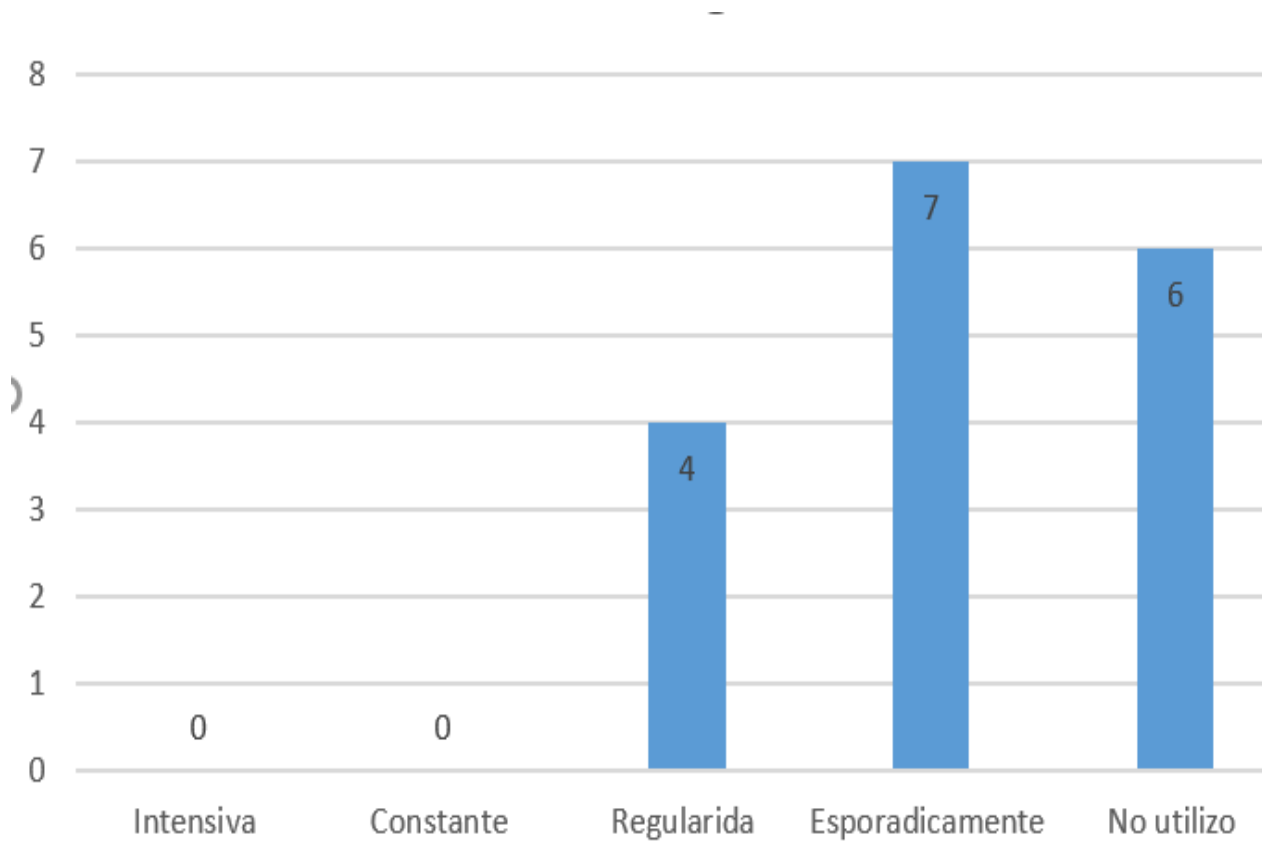
disponibles, limitaciones tecnológicas o la ausencia de estrategias docentes que promuevan su uso sistemático.

Desde una perspectiva pedagógica, estos hallazgos subrayan la importancia de implementar estrategias digitales gamificadas que no solo fomenten la interacción lúdica con el idioma, sino que también incentiven la constancia y disciplina en el aprendizaje autónomo. Como señalan Contreras y Martínez (2022), la gamificación, cuando se integra de manera planificada, puede generar mayor motivación, compromiso y participación activa, lo que favorecería la creación de hábitos sostenibles en el uso de herramientas digitales para la práctica del inglés.

La evidencia sugiere que los estudiantes del primer año de la Licenciatura en Turismo reconocen la importancia de las herramientas digitales, pero aún no han incorporado su uso de manera regular, lo que representa una oportunidad para diseñar intervenciones educativas que promuevan la autonomía y la práctica continua del idioma en contextos turísticos.

Gráfica N°5

Frecuencia de uso de la herramientas digitales



Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Cuadro N° 6 Motivación sobre el uso de las herramientas digitales

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Mejora la pronunciación	8	50%
Ampliar vocabulario	2	13%
Practicar gramática	1	6%
Aprendizaje divertido	1	6%
Preparación de Exámenes	0	0%
Comunicación	4	25%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Los resultados obtenidos reflejan una diversidad de motivaciones entre los estudiantes para recurrir a herramientas digitales en su proceso de aprendizaje del inglés. La principal razón señalada por la mayoría de los participantes es mejorar la pronunciación, con 8 de los 16 estudiantes (50 %) identificando esta competencia como su motivación central. Este hallazgo pone de manifiesto que los estudiantes reconocen la importancia de la oralidad y la articulación adecuada dentro del aprendizaje del idioma, particularmente relevante para el contexto profesional turístico, donde la comunicación efectiva es un requisito fundamental.

La segunda motivación más destacada es desarrollar habilidades de comunicación en la vida real, mencionada por 4 estudiantes (25 %), lo que evidencia que los participantes buscan aprender inglés de manera funcional, más allá de la teoría, y orientan su práctica hacia situaciones concretas de interacción profesional. En menor medida, 3 estudiantes (13 %) indicaron que su objetivo es ampliar el vocabulario, mientras que 1 estudiante (6 %) indicó que su objetivo es practicar gramática.

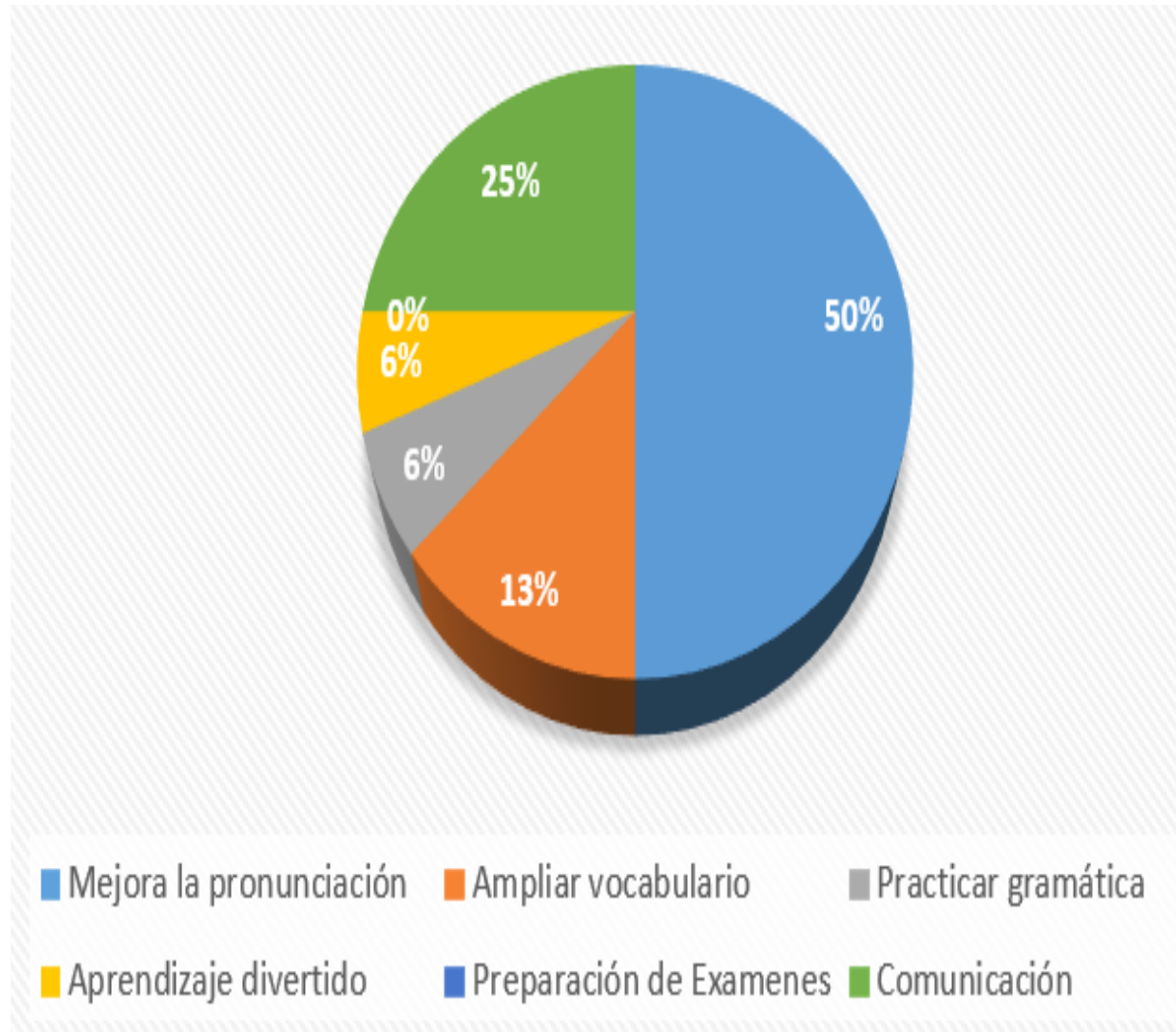
señaló practicar gramática, y otro 1 (6 %) afirmó que las herramientas digitales hacen su aprendizaje más divertido. Ningún estudiante mencionó la preparación para exámenes como motivación principal.

Estos resultados revelan que, para los estudiantes del primer año de la Licenciatura en Turismo, las herramientas digitales se perciben principalmente como recursos prácticos para mejorar la oralidad y la comunicación real, más que como medios para la memorización de reglas gramaticales o preparación académica tradicional. Esta orientación coincide con la tendencia actual en la enseñanza del inglés comunicativo, donde la motivación intrínseca del estudiante y la funcionalidad del idioma en contextos reales son factores determinantes en el aprendizaje significativo (Richards & Rodgers, 2019).

Los resultados indican que la adopción de herramientas digitales por parte de los estudiantes está guiada principalmente por la necesidad de comunicarse efectivamente en contextos turísticos y mejorar su pronunciación, consolidando la idea de que las estrategias tecnológicas deben orientarse a fomentar competencias prácticas y significativas en el aprendizaje del inglés.

Gráfica N°6

Motivación sobre el uso de las herramientas digitales



Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

<i>Cuadro N° 7 Participación de los estudiantes</i>		
Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
<i>Significativa</i>	6	37%
<i>Considerable</i>	2	13%
<i>Moderadamente</i>	1	6%
<i>Muy poco</i>	6	38%
<i>En absoluto</i>	1	6%
<i>Total</i>	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Los resultados obtenidos en esta pregunta refleja que la mayoría de los estudiantes considera que la gamificación tiene un impacto positivo, aunque con distintos niveles de intensidad.

De acuerdo con los datos obtenidos, cinco estudiantes (equivalentes al 37%) manifestaron que su participación aumenta de manera significativa cuando se aplican actividades gamificadas. Este grupo evidencia que los recursos lúdicos y digitales logran despertar un interés real en la dinámica de clase, promoviendo la motivación, la interacción y el compromiso con el aprendizaje.

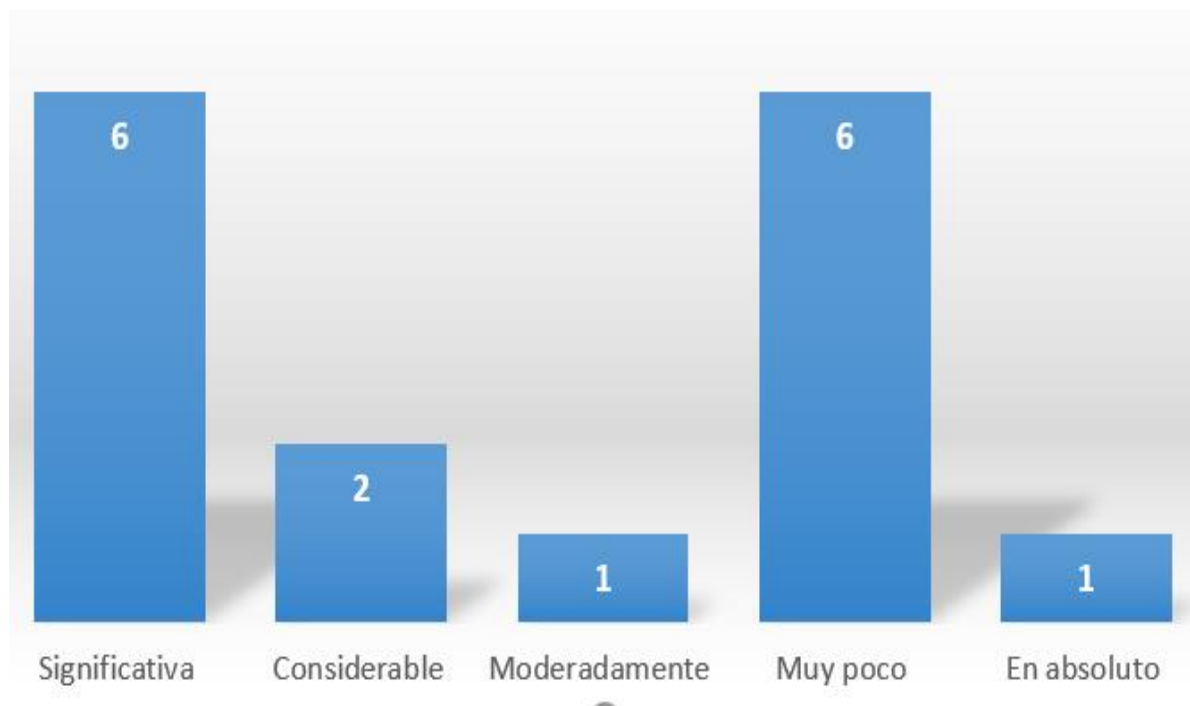
Por su parte, dos estudiantes (13%) señalaron que su participación aumenta considerablemente, y uno (6%) que aumenta moderadamente, lo que indica que la gamificación sí genera un efecto positivo, aunque no en la misma proporción para todos. Es posible que estos niveles intermedios de respuesta se deban a factores como el tipo de herramienta digital empleada, la frecuencia con que se implementan las estrategias o las preferencias personales de cada estudiante.

En contraste, seis estudiantes (38%) afirmaron que su participación aumenta muy poco, y uno (6%) expresó que no aumenta. Este hallazgo sugiere que, aunque la gamificación es una estrategia eficaz para muchos, no todos los estudiantes se sienten igualmente motivados o involucrados con este tipo de actividades. Algunas posibles causas podrían ser la falta de familiaridad con los entornos digitales, el desinterés hacia las dinámicas competitivas o la preferencia por métodos de enseñanza más tradicionales.

En términos generales, los resultados muestran que la gamificación favorece la participación estudiantil, pero su efecto no es uniforme. Esto destaca la importancia de ajustar la frecuencia, el diseño y la diversidad de las actividades gamificadas, con el fin de atender los distintos estilos de aprendizaje y mantener una participación activa y constante entre los estudiantes.

Gráfica N°7

Participación de los estudiantes



Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Cuadro N° 8 <i>Habilidades lingüísticas</i>		
<i>Indicadores</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Vocabulario</i>	5	32%
<i>Gramática</i>	1	6%
<i>Comprensión auditiva</i>	5	31%
<i>Expresión oral</i>	5	31%
<i>Toral</i>	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Los resultados obtenidos en esta pregunta reflejan que los estudiantes perciben un impacto positivo principalmente en el vocabulario, la comprensión auditiva y la expresión oral, mientras que el área de gramática muestra un menor nivel de mejora.

Los datos revelan que cinco estudiantes (32%) consideran que las actividades gamificadas fortalecen su vocabulario. Este resultado indica que el uso de herramientas digitales y dinámicas interactivas favorece la adquisición de nuevas palabras y expresiones en un contexto motivador, lo que facilita la retención y el uso práctico del idioma.

De igual manera, cinco estudiantes (31%) señalaron que la gamificación mejora su comprensión auditiva, lo cual demuestra que las actividades que incorporan audios, videos, retos de escucha y plataformas digitales estimulan la atención y la capacidad de entender mensajes en inglés de manera más natural y contextualizada.

Asimismo, seis estudiantes (31%) afirmaron que las actividades gamificadas incrementan su expresión oral, evidenciando que el componente lúdico reduce la ansiedad al hablar y promueve la participación espontánea. A través de dinámicas colaborativas, competencias y juegos de rol digitales, los estudiantes se sienten más motivados a comunicarse, lo que contribuye al desarrollo de la fluidez y la confianza al expresarse en inglés.

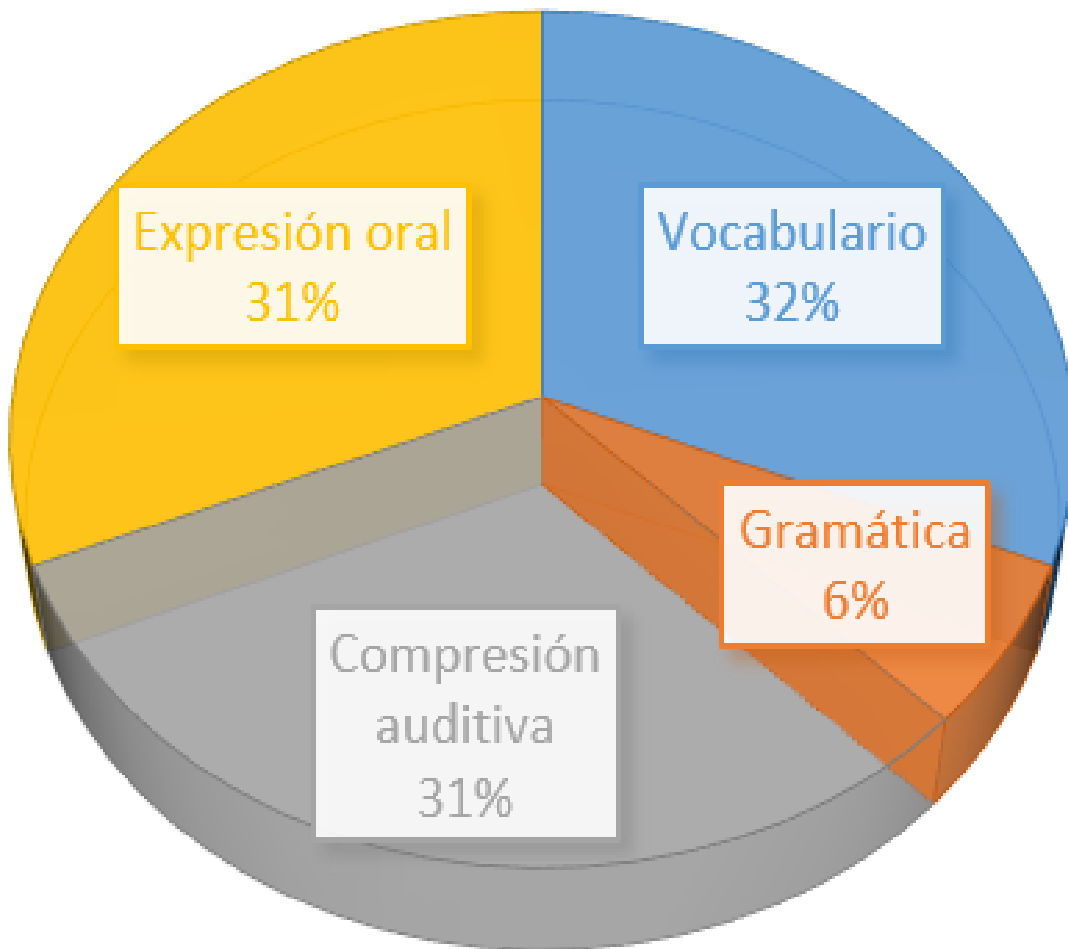
Por otro lado, solo un estudiante (6%) menciona que la gamificación mejora su gramática, lo que sugiere que este aspecto requiere un enfoque pedagógico más estructurado. Aunque las actividades gamificadas pueden incluir ejercicios gramaticales, los resultados indican que los estudiantes asocian más su efectividad con habilidades comunicativas y prácticas que con el dominio de reglas formales.

Los resultados evidencian que la gamificación potencia principalmente las habilidades comunicativas vocabulario, comprensión auditiva y expresión oral al crear experiencias de aprendizaje más dinámicas y participativas. Estos hallazgos reafirman la importancia de incorporar con frecuencia estrategias gamificadas que combinen el juego, la tecnología y la interacción, para lograr un aprendizaje más significativo y motivador del idioma inglés.

En conjunto, las muestras obtenidas evidencian que la gamificación potencia principalmente las habilidades comunicativas del inglés, especialmente el vocabulario, la comprensión auditiva y la expresión oral. Estos hallazgos respaldan la idea de que la gamificación, aplicada de forma constante y pedagógicamente planificada, fomenta un aprendizaje significativo, motivador y participativo (Hamari, Koivisto & Sarsa, 2014).

Gráfica N°8

Habilidades lingüísticas



Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

<i>Cuadro N° 9 Frecuencia del uso de las actividades gamificadas</i>		
<i>Indicadores</i>	<i>Secuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>En gran medida</i>	5	31%
<i>Moderada</i>	8	50%
<i>Poco</i>	2	13%
<i>No me gustaria</i>	1	6%
<i>Total</i>	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Los resultados reflejan el interés y la preferencia de los estudiantes por la implementación de estas estrategias dentro del proceso de aprendizaje. De los 16 participantes, cinco estudiantes (31%) indicaron que les gustaría que los docentes utilizaran actividades gamificadas en gran medida, lo que evidencia un alto nivel de motivación y apertura hacia métodos de enseñanza más dinámicos y participativos.

Un grupo mayor, compuesto por ocho estudiantes (50%), expresó que les gustaría que estas actividades se aplicaran de manera moderada, sugiriendo que, aunque reconocen el valor de la gamificación, prefieren un equilibrio con otros métodos tradicionales. Esto refleja que los estudiantes valoran la gamificación como un complemento pedagógico que potencia la participación y el interés sin sustituir completamente las estrategias convencionales.

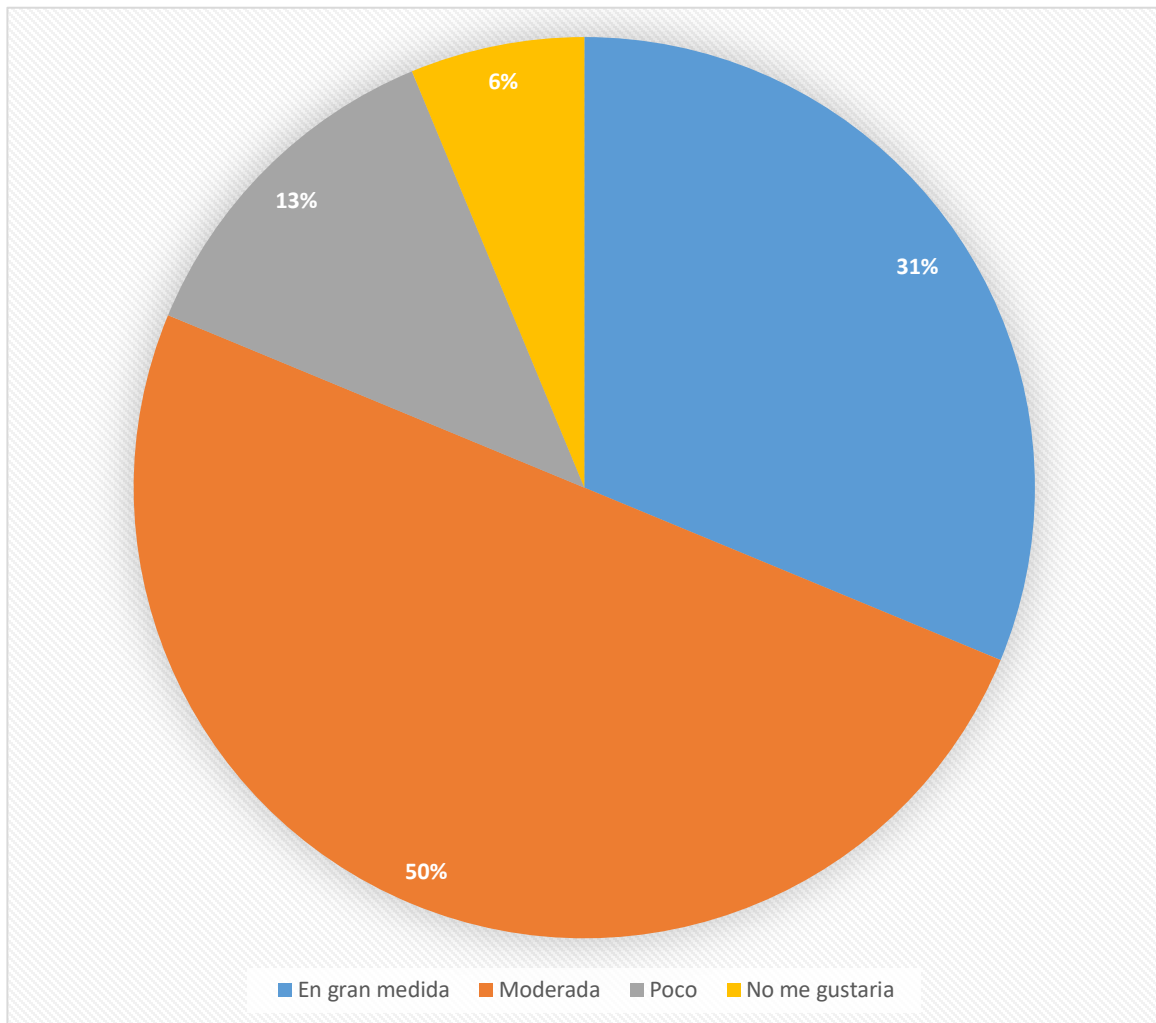
Por otro lado, dos estudiantes (13%) manifestaron que les gustaría que las actividades gamificadas se usaran en poca medida, y uno (6%) indicó que no le gustaría su implementación. Estos resultados ponen en evidencia que la percepción de la gamificación no es homogénea, y que factores como preferencias personales, estilos de aprendizaje o experiencias previas con entornos digitales pueden influir en la disposición hacia estas estrategias.

Estos hallazgos son consistentes con la literatura sobre gamificación en el aprendizaje de idiomas. Según Kapp (2012), la gamificación incrementa la motivación, la participación y el compromiso de los estudiantes al integrar elementos lúdicos en contextos educativos. Asimismo, Hamari, Koivisto y Sarsa (2014) destacan que el impacto positivo de la gamificación depende de su diseño y frecuencia, de modo que una implementación equilibrada puede maximizar sus beneficios. Por su parte, Deterding et al. (2011) señalan que los juegos educativos y dinámicas gamificadas generan una mayor implicación emocional, favoreciendo el aprendizaje activo y la retención de conocimientos.

En síntesis, los resultados muestran que la mayoría de los estudiantes (81.3% combinando “en gran medida” y “de manera moderada”) valora la incorporación de actividades gamificadas, lo que evidencia un interés claro por métodos innovadores que promuevan la participación, la interacción y la motivación en el aprendizaje del inglés. Solo una minoría considera que la gamificación debería ser limitada o no utilizada, lo que sugiere la necesidad de adaptar la frecuencia y el tipo de actividades gamificadas según las características del grupo y los objetivos de aprendizaje.

Gráfica N°9

Frecuencia de uso de las actividades gamificadas



Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

<i>Cuadro N° 10 Ventajas del uso de juegos digitales</i>		
Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Aprendo vocabulario	7	44%
Práctico conversación	4	25%
Comprensión auditiva	2	12%
Aumenta mi motivación	2	13%
Aprendo a mi ritmo	1	6%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Los resultados reflejan que la principal ventaja percibida del uso de juegos digitales en el aprendizaje del inglés radica en el fortalecimiento del vocabulario (44%), seguida por la práctica conversacional (25%). Estas dos habilidades evidencian que las estrategias gamificadas favorecen la interacción con el idioma y la exposición continua a nuevo léxico en contextos significativos.

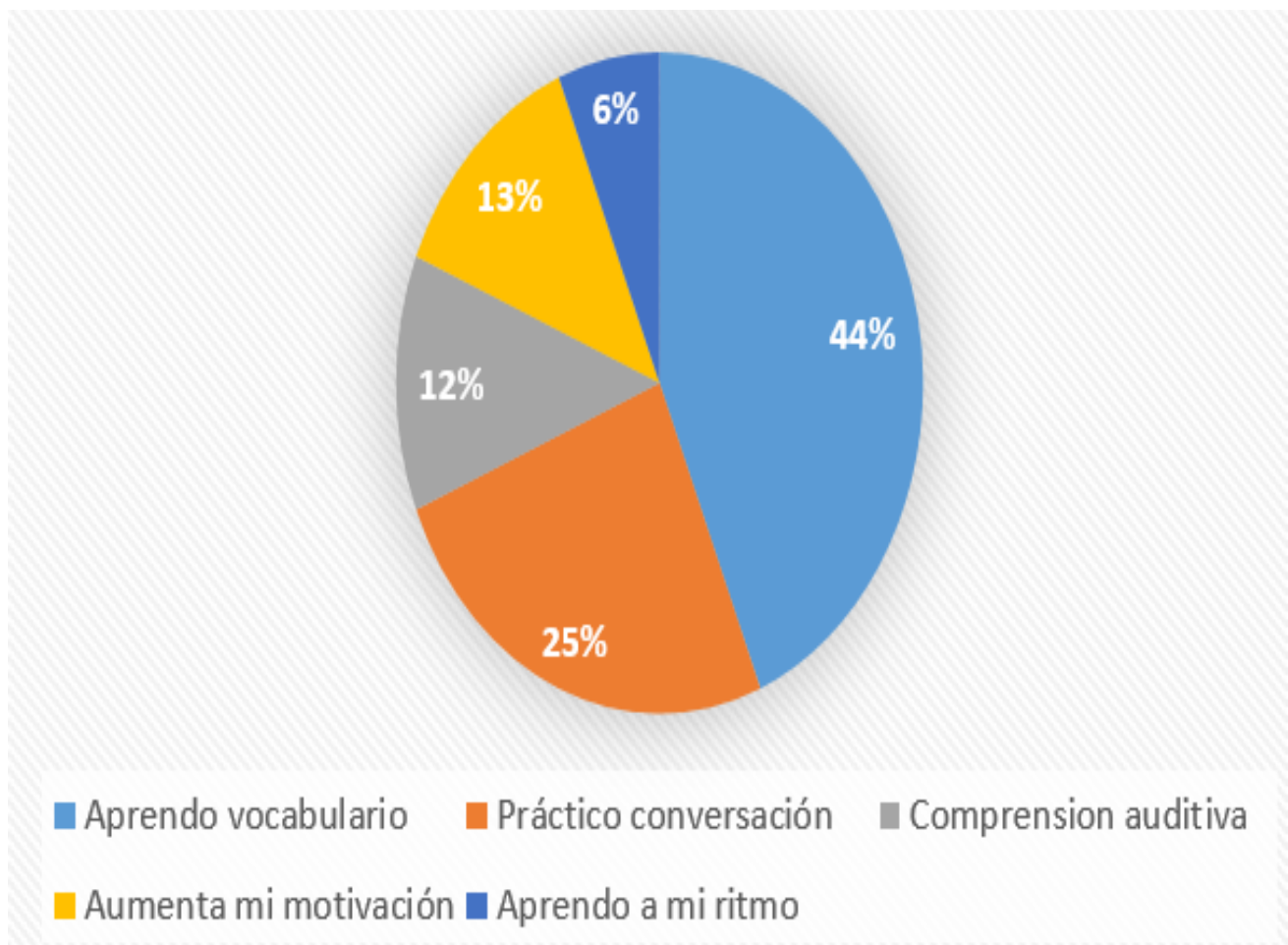
Asimismo, un grupo importante de estudiantes destacó la comprensión auditiva y la motivación (12% cada una) como beneficios relevantes, lo que sugiere que los entornos digitales con elementos lúdicos promueven una mayor atención y participación. Por último, un 6 % valoró la posibilidad de aprender a su propio ritmo, mostrando que la gamificación también potencia la autonomía en el proceso de aprendizaje.

Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Deterding et al. (2011) y Lee y Hammer (2011), quienes sostienen que la gamificación aumenta el compromiso y la motivación de los estudiantes al integrar elementos de juego en contextos educativos. De igual forma, Gee (2003) argumenta que los videojuegos pueden ser herramientas valiosas para el aprendizaje

de idiomas, ya que crean entornos donde el error se percibe como parte del proceso y el aprendizaje ocurre de manera más natural e interactiva.

Gráfica N°10

Ventajas del uso de juegos digitales



Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Cuadro N° 11 *La gamificación mejora mi aprendizaje del inglés en comparación con los métodos tradicionales.*

<i>Indicadores</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Totalmente de acuerdo</i>	5	31%
<i>De acuerdo</i>	6	38%
<i>Ni de acuerdo, ni desacuerdo</i>	5	31%
<i>En desacuerdo</i>	0	0%
	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Los resultados evidencian una percepción positiva generalizada hacia la gamificación como estrategia de aprendizaje del inglés. En conjunto, el 69% de los estudiantes se muestra de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la gamificación mejora su aprendizaje en comparación con los métodos tradicionales, lo que indica que la mayoría reconoce el valor pedagógico de las actividades lúdicas digitales para fortalecer sus competencias lingüísticas.

Asimismo, un 31% de los participantes manifestó una postura neutral, lo cual podría deberse a que aún no han experimentado de manera constante este tipo de metodologías, o no perciben una diferencia significativa en relación con los enfoques tradicionales. Es relevante destacar que ningún estudiante expresó desacuerdo, lo que reafirma la aceptación y el potencial educativo de la gamificación dentro del aula de inglés.

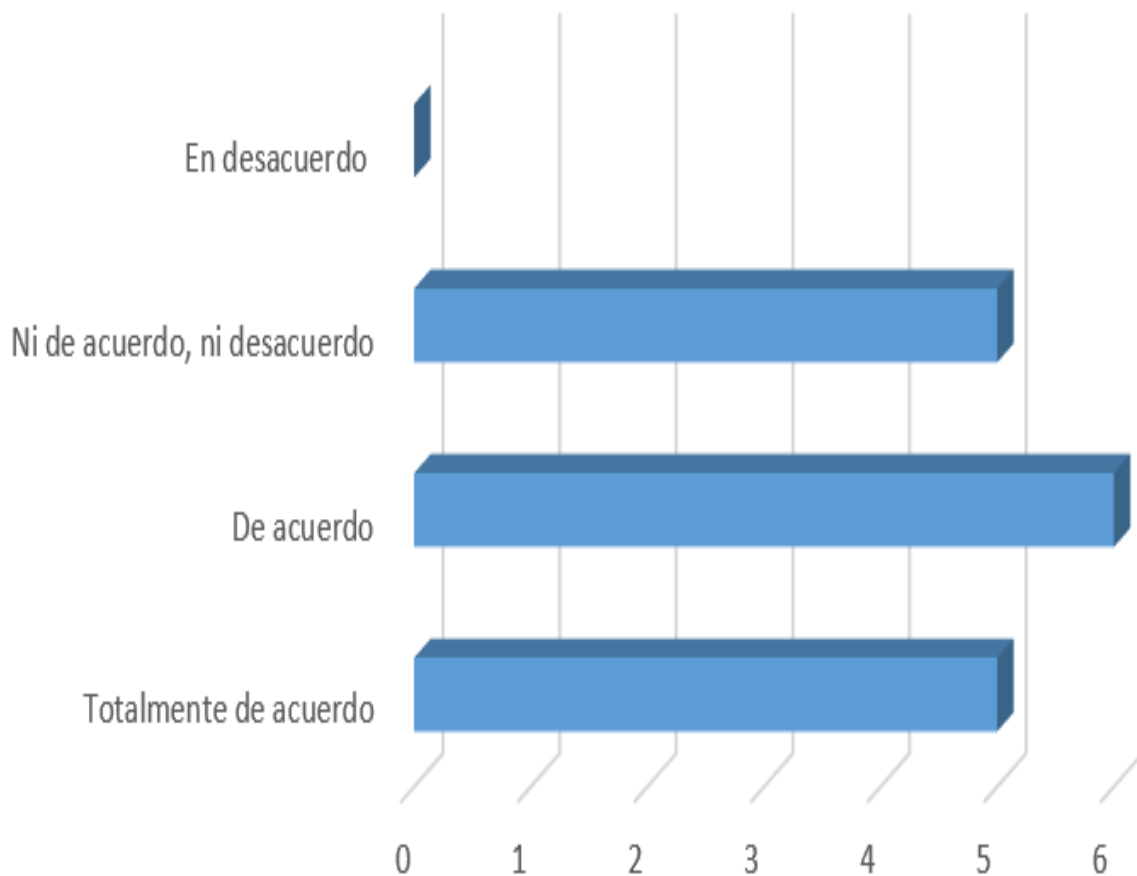
Estos hallazgos coinciden con lo expuesto por Kapp (2012), quien sostiene que la gamificación favorece la motivación intrínseca y el aprendizaje activo, al convertir la

participación en una experiencia significativa. Del mismo modo, Zainuddin et al. (2020) destacan que los entornos gamificados incrementan el compromiso y mejoran la retención del conocimiento en el aprendizaje de lenguas extranjeras, al proporcionar retroalimentación inmediata y desafíos progresivos.

En este sentido, los resultados del estudio reflejan que la gamificación no solo dinamiza el proceso educativo, sino que también contribuye a un aprendizaje más participativo, motivador y centrado en el estudiante.

Gráfica N°11

La gamificación mejora mi aprendizaje del inglés en comparación con los métodos tradicionales.



Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Cuadro N° 12 Dificultad en el uso de las herramientas digitales

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Conexión a Internet	6	37%
Dispositivos	3	19%
Complejidad	2	12%
Tiempo	3	19%
No he tenido	2	13%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

Los resultados reflejan que la principal dificultad percibida por los estudiantes al utilizar plataformas o juegos digitales para aprender inglés es la conexión a Internet (37%), lo cual evidencia una limitación tecnológica que puede obstaculizar el acceso continuo a las actividades gamificadas. Este resultado coincide con lo planteado por González y Mora (2021), quienes señalan que la conectividad deficiente sigue siendo un factor determinante que limita la efectividad de las estrategias digitales en entornos educativos.

Asimismo, un 19% de los participantes mencionó la falta de dispositivos adecuados, lo que sugiere desigualdades en el acceso a recursos tecnológicos. Otro 19% indicó la falta de tiempo como un obstáculo, lo que podría estar vinculado a la carga académica o a la dificultad de incorporar el aprendizaje autónomo mediante herramientas digitales en su rutina diaria.

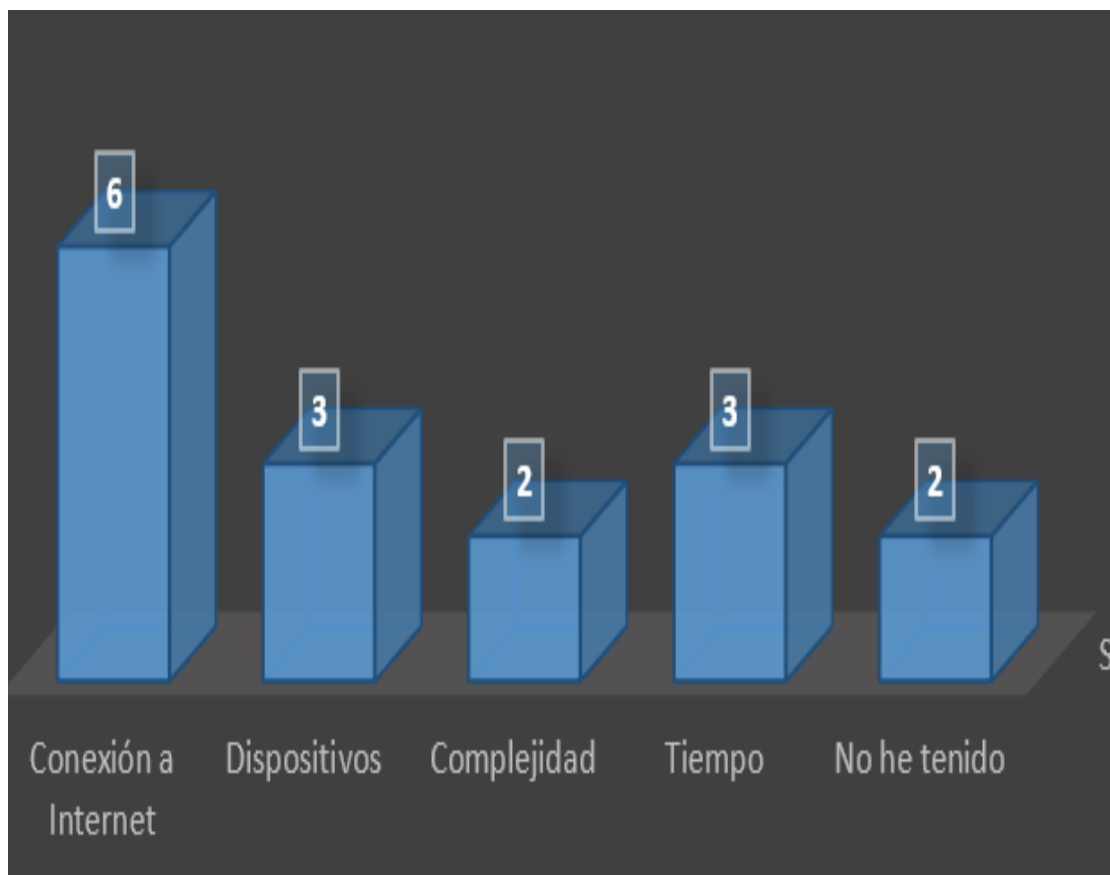
Un 12% de los encuestados consideró que la complejidad del uso de las plataformas representa una barrera, lo que refleja la necesidad de mayor acompañamiento docente y

capacitación en el manejo de recursos tecnológicos. Sin embargo, un porcentaje similar (12.5%) afirmó no haber experimentado dificultades, lo que demuestra que, a pesar de los desafíos, algunos estudiantes se adaptan con facilidad a estas herramientas y las perciben como beneficiosas para su proceso de aprendizaje.

Estos hallazgos son coherentes con lo expuesto por Prensky (2001) y Zainuddin et al. (2020), quienes destacan que el éxito de la gamificación depende no solo del diseño de las actividades, sino también de las condiciones tecnológicas y del apoyo pedagógico brindado. En consecuencia, aunque la gamificación representa una estrategia innovadora y motivadora, su implementación efectiva requiere considerar los factores de acceso, conectividad y capacitación tecnológica de los estudiantes.

Gráfica N°12

Dificultad en el uso de las herramientas digitales



Fuente: Encuesta diseñada y aplicada por la autora, 2025

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Conclusiones.

El análisis de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los estudiantes de la Licenciatura en Inglés del Centro Regional Universitario de San Miguelito revela una percepción ampliamente positiva hacia la gamificación como estrategia pedagógica para fortalecer el aprendizaje del idioma inglés.

En primer lugar, los hallazgos muestran que la participación estudiantil aumenta de forma significativa cuando se integran actividades gamificadas en las clases. La mayoría de los estudiantes manifestó un mayor nivel de implicación, entusiasmo y compromiso al interactuar con dinámicas basadas en el juego, lo que confirma el potencial motivador de la gamificación. Este resultado coincide con lo expuesto por Kapp (2012) y Lee y Hammer (2011), quienes sostienen que las experiencias gamificadas promueven la motivación intrínseca, la retroalimentación constante y la participación activa, factores esenciales para un aprendizaje significativo y sostenido.

En cuanto a las habilidades lingüísticas que más se benefician de estas estrategias, los estudiantes señalaron que la gamificación contribuye principalmente al desarrollo del vocabulario, la comprensión auditiva y la expresión oral, competencias claves para el dominio comunicativo del inglés. Estos resultados se alinean con los planteamientos de Gee (2003), quien argumenta que los entornos lúdicos crean espacios de aprendizaje auténtico en los que el idioma se practica en contextos naturales, fomentando la adquisición progresiva de habilidades lingüísticas de manera significativa.

Asimismo, la mayoría de los encuestados afirmó que la gamificación mejora su aprendizaje del inglés en comparación con los métodos tradicionales, lo cual demuestra una transición positiva hacia enfoques pedagógicos innovadores. Este resultado es consistente con lo propuesto por Zainuddin et al. (2020), quienes destacan que los entornos gamificados incrementan la motivación, el compromiso y la retención del conocimiento, gracias a la interacción dinámica que ofrecen las plataformas digitales.

En relación con las principales ventajas, los estudiantes identificaron que los juegos digitales favorecen el aprendizaje de vocabulario, facilitan la práctica conversacional y

estimulan la motivación. Estas percepciones reafirman que la gamificación no solo capta la atención del estudiante, sino que también promueve la autonomía y el aprendizaje autorregulado, al permitir que los participantes avancen a su propio ritmo y reciban retroalimentación inmediata.

No obstante, los resultados también evidencian dificultades relacionadas con factores tecnológicos, siendo la conexión a Internet (37.5%) la más mencionada, seguida por la disponibilidad de dispositivos (18.8%), la falta de tiempo y la complejidad de las plataformas. Estas limitaciones reflejan los desafíos que aún enfrenta la implementación de estrategias digitales, coincidiendo con lo planteado por González y Mora (2021), quienes destacan que la brecha tecnológica sigue siendo un obstáculo para una integración educativa equitativa y efectiva.

En síntesis, los resultados confirman que la gamificación es una herramienta pedagógica eficaz y motivadora para el aprendizaje del inglés. Su aplicación favorece un entorno de aprendizaje activo, participativo y orientado al estudiante, que estimula tanto el desarrollo cognitivo como la motivación emocional. Sin embargo, para garantizar su sostenibilidad y efectividad, se recomienda fortalecer la infraestructura tecnológica, capacitar a los docentes en el uso pedagógico de plataformas digitales y promover un equilibrio entre innovación y accesibilidad.

En conclusión, la gamificación representa una oportunidad para transformar la enseñanza del inglés en una experiencia más significativa, interactiva y contextualizada, capaz de responder a las demandas de la educación superior contemporánea y de potenciar las competencias comunicativas de los futuros profesionales del idioma.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda que los docentes integren estrategias digitales de gamificación en la enseñanza del inglés, adaptando las actividades al nivel y ritmo de aprendizaje de los estudiantes para fomentar motivación, participación y confianza al expresarse. Es importante capacitar a los docentes en el uso de herramientas digitales y en el diseño de dinámicas lúdicas, así como implementar mecanismos de evaluación continua que permitan ajustar las actividades según los avances de los estudiantes.

Asimismo, se sugiere promover la colaboración entre compañeros mediante retos grupales, fortaleciendo tanto las competencias comunicativas como las habilidades sociales. Considerando el tamaño reducido de la población activa, futuras investigaciones podrían replicarse con cohortes más grandes para validar y ampliar los hallazgos.

CAPITULO VI

PERFIL DE LA PROPUESTA

6.1 TÍTULO

Implementar estrategias digitales basadas en gamificación para los estudiantes de la Licenciatura en Turismo

6.2 INTRODUCCIÓN

El inglés es una herramienta indispensable para cualquier estudiante de Turismo. En la práctica profesional, gran parte de la comunicación con visitantes y clientes se desarrolla en este idioma, por lo que su dominio se convierte en una ventaja competitiva. Sin embargo, muchos jóvenes que inician la Licenciatura en Turismo en el Centro Regional Universitario de San Miguelito muestran dificultades para expresarse con seguridad, mantener conversaciones fluidas y utilizar el inglés en contextos reales.

Esto no se debe únicamente a la falta de interés, sino también a que las clases suelen apoyarse en métodos tradicionales que no siempre resultan motivadoras. En este sentido, la gamificación, es decir, el uso de dinámicas de juego en el aprendizaje— puede ser una alternativa atractiva e innovadora. Con apoyo de herramientas digitales y estrategias creativas, es posible hacer del aprendizaje del inglés una experiencia más entretenida, dinámica y efectiva.

6.3 OBJETIVOS GENERALES

Implementar estrategias digitales de gamificación que fortalezcan el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes de la Licenciatura en Turismo, promoviendo la motivación, la participación activa y el desarrollo de habilidades comunicativas aplicadas al contexto turístico.

6.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar actividades gamificadas enfocadas en el vocabulario y expresiones del ámbito turístico.

- Integrar herramientas digitales interactivas que fomenten la práctica del inglés en situaciones reales del turismo.
- Evaluar el impacto de la gamificación en la motivación y participación de los estudiantes durante las clases de inglés.
- Fortalecer las habilidades de comunicación oral y comprensión auditiva mediante retos, juegos y dinámicas digitales.

6.5 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

La carrera de Turismo exige profesionales que manejen el inglés de manera fluida, ya que gran parte de su futuro laboral dependerá de cómo se comuniquen con turistas extranjeros. Sin embargo, los estudiantes de primer año aún no logran alcanzar ese nivel de dominio. Por eso, resulta necesario buscar nuevas formas de enseñar y aprender.

La gamificación, al incorporar juegos, retos y recompensas, despierta la motivación y permite que el estudiante practique de forma más natural. Además, al ser digital, responde al estilo de vida actual de los jóvenes, que ya están acostumbrados a interactuar con aplicaciones, redes y plataformas en línea. Esta investigación busca demostrar que sí es posible aprender inglés de una manera más entretenida y efectiva, al mismo tiempo que se prepara mejor al futuro profesional de Turismo.

Esta propuesta busca demostrar que, mediante el uso de herramientas como Kahoot, Quizizz, Wordwall y Duolingo, es posible transformar las clases de inglés en espacios más interactivos, donde el estudiante no solo aprende, sino que disfruta el proceso y fortalece sus habilidades comunicativas.

6.6 ACTIVIDADES/TAREAS / RESPONSABLES

ACTIVIDAD	HERRAMIENTA DIGITAL	OBJETIVO	RESULTADO ESPERADO	RESPONSABLE
Quiz de vocabulario turístico	Kahoot, Quizizz	Reforzar vocabulario en inglés sobre hotelería, gastronomía, aerolíneas y atención al cliente	Los estudiantes aprenden y retienen vocabulario especializado mediante juegos interactivos.	Profesor de Inglés
Juegos de estructuras y frases comunes	wordwall	Practicar estructuras gramaticales y expresiones útiles en situaciones turísticas	Los estudiantes aplican correctamente frases y estructuras en contextos de atención al turista	Profesor de Inglés
Retos de conversación y comprensión auditiva	Duolingo, Blooket	Desarrollar fluidez oral y comprensión de mensajes orales en inglés.	Los estudiantes ganan confianza al comunicarse con turistas o clientes en inglés.	Profesor de Inglés
Competencias semanales	Kahoot + Wordwall	Fomentar la participación y el trabajo en equipo mediante competencias dinámicas.	Aumento del interés y la motivación durante las clases	Profesor de Inglés
Tabla de puntos (Leaderboard)	Quizizz, Duolingo	Promover la constancia y la autoevaluación del aprendizaje digital	Los estudiantes mantienen un progreso continuo, reflejado en insignias y clasificaciones.	Profesor de Inglés
Proyecto final gamificado: “Tour Virtual”	Canva, Genially o Padlet	Aplicar el aprendizaje del inglés creando un recorrido turístico virtual gamificado	Los estudiantes integran vocabulario, expresión oral y creatividad digital.	Profesor de Inglés

PERSONAL REQUERIDO PARA LA EJECUCIÓN

Para la implementación de esta propuesta, se requiere la participación de diferentes actores que contribuyan al desarrollo adecuado del proyecto. En primer lugar, el docente investigador será el encargado de coordinar todas las etapas del estudio, desde la planificación y aplicación de la encuesta hasta el análisis de los resultados y la elaboración de la guía de estrategias gamificadas.

Asimismo, se contará con la colaboración de los profesores de inglés del primer año de la Licenciatura en Turismo, quienes brindarán apoyo durante la aplicación de las actividades digitales y aportarán su experiencia en el proceso de enseñanza del idioma. Por último, los estudiantes participantes desempeñarán un papel fundamental, ya que serán los protagonistas del proceso de aprendizaje gamificado. Su participación activa permitirá observar los efectos de las estrategias digitales en la motivación y el desarrollo de sus habilidades comunicativas en inglés.

6.8 PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA

Actividad	Recursos	Descripción de los recursos	Costo estimado
Quiz de vocabulario turístico	Plataforma digital (Kahoot o Quizizz) Aula Dispositivos tecnológicos	Licencia o uso gratuito de herramientas interactivas. Diseño y aplicación del quiz. Listas de vocabulario, instrucciones, claves.	40.00
Juegos de estructuras y frases comunes	Plataforma Wordwall Proyector Dispositivos tecnológicos	Creación de actividades interactivas para reforzar gramática y expresiones. Elaboración y monitoreo de las actividades. Hojas de seguimiento y notas de retroalimentación.	45.00
Retos de conversación y comprensión auditiva	Aplicación Duolingo Dispositivos	Uso de versión gratuita o premium por estudiante. Supervisión de progreso, evaluación oral y auditiva. Audios, videos o grabaciones cortas de práctica.	60.00
Competencias semanales	Kahoot + Wordwall Aula Dispositivos tecnológicos	Actividades competitivas con puntajes semanales Organización y evaluación de resultados. Certificados o insignias digitales.	50.00
Tabla de puntos (Leaderboard)	Quizizz + Duolingo Aula Dispositivos tecnológicos	Implementación de ranking gamificado con insignias y puntos. Actualización semanal y publicación de resultados.	40.00

		Creación de cartelera digital o visual.	
Proyecto final gamificado: “Tour Virtual”	Herramienta digital (Canva, Genially o PowerPoint interactivo) Papelería	Creación del tour turístico virtual en inglés. Orientación, guía y evaluación del proyecto. Folletos, imágenes, plantillas o videos de apoyo.	65.00
Total estimado			300.00

Rubrica de Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN	EXCELENTE (4)	BUENO(3)	ACEPTABLE(2)	DEFICIENTE(1)
Participación activa	Participa de forma constante, demuestra entusiasmo y colabora con sus compañeros en todas las actividades gamificadas.	Participa de forma regular y demuestra interés en la mayoría de las actividades.	Participa ocasionalmente y con poco compromiso.	Participa de manera mínima o no demuestra interés.
Dominio del vocabulario turístico en inglés	Usa correctamente y con fluidez el vocabulario turístico en las actividades (quiz, juegos y tour virtual).	Usa el vocabulario con algunos errores menores, pero demuestra comprensión.	Presenta dificultades para usar el vocabulario correctamente.	No demuestra dominio ni comprensión del vocabulario.
Uso de estructuras gramaticales	Emplea correctamente estructuras gramaticales en oraciones y juegos interactivos.	Comete pocos errores gramaticales que no afectan la comprensión.	Comete varios errores que dificultan la comunicación	Muestra escaso dominio de estructuras gramaticales.
Comprensión auditiva y oral	Comprende y responde con precisión a instrucciones, audios o conversaciones en inglés.	Comprende la mayoría de los mensajes, aunque necesita apoyo ocasional.	Tiene dificultades para comprender sin apoyo visual o traducción.	No logra comprender o responder adecuadamente.
Colaboración y trabajo en equipo	Coopera activamente en juegos, competencias y proyectos grupales, aportando ideas y motivación.	Colabora con el grupo de manera adecuada.	Participa de forma limitada en el trabajo en equipo.	No colabora ni se integra al grupo.
Uso de herramientas digitales	Maneja eficazmente las plataformas digitales (Kahoot, Wordwall, Quizizz, Duolingo, Genially).	Maneja las herramientas con cierta autonomía, aunque necesita apoyo.	Requiere asistencia constante para usar las herramientas.	Tiene grandes dificultades para usar las herramientas digitales.
Motivación y actitud ante la gamificación	Muestra actitud positiva, motivación y compromiso hacia las actividades gamificadas.	Muestra interés moderado, aunque no siempre mantiene la motivación.	Muestra poco interés o se distrae durante las actividades.	No muestra motivación ni disposición al aprendizaje gamificado

Escala de valoración general

<i>Rango de puntuación total</i>	<i>Nivel de desempeño</i>	<i>Interpretación</i>
<i>28 – 32 puntos</i>	Excelente	Desarrolla competencias lingüísticas y digitales sobresalientes mediante la gamificación.
<i>21 – 27 puntos</i>	Bueno	Cumple los objetivos de aprendizaje con algunos aspectos por mejorar.
<i>14 – 20 puntos</i>	Aceptable	Muestra avances limitados; requiere refuerzo en vocabulario y participación
<i>8 – 13 puntos</i>	Deficiente	No alcanza los objetivos de aprendizaje ni muestra progreso significativo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA

- Crystal, D. (2003). *English as a Global Language*. Cambridge University Press.
- Dominguez, A., et al. (2013). *Gamifying Learning Experiences: Practical Implications and Outcomes*. Computers & Education.
- Graddol, D. (2006). *English Next*. British Council.
- González, M. (2018). *La enseñanza del inglés en la educación superior panameña: diagnóstico y desafíos*. Revista Educativa de Panamá.
- Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for Specific Purposes*. Cambridge University Press.
- Krashen, S. D. (1982). *Principles and Practice in Second Language Acquisition*. Pergamon Press.
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. On the Horizon.
- Reinders, H., & Wattana, S. (2015). *The Effects of Digital Game Play on Willingness to Communicate*. Language Learning & Technology.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.
- Werbach, K., & Hunter, D. (2012). *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. Wharton Digital Press.
- De Gracia, F. (2021). *La Universidad de Panamá y el desarrollo nacional: desafíos para el siglo XXI*. Revista de Ciencias Sociales, 42(1), 17-34.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: defining “gamification.” *Proceedings of the 15th International Academic Mind Trek Conference*, 9–15.

Domínguez, A., Saenz-de-Navarrete, J., de-Marcos, L., Fernández-Sanz, L., Pagés, C., & Martínez-Herráiz, J. J. (2013). Gamifying learning experiences: Practical implications and outcomes. *Computers & Education*, 63, 380–392.

González, C., & Méndez, A. (2022). *Gamificación digital en la enseñanza del inglés como lengua extranjera: un enfoque práctico para la educación superior*. *Revista Iberoamericana de Educación*, 88(2), 122-137.

Harmer, J. (2007). *The Practice of English Language Teaching* (4th ed.). Pearson Longman.

Asher, J. J. (1977). *Learning Another Language Through Actions*. Sky Oaks Productions.

Canale, M., & Swain, M. (1980). *Theoretical Bases of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing*. *Applied Linguistics*.

Ellis, R. (2003). *Task-based Language Learning and Teaching*. Oxford University Press.

Krashen, S. D. (1982). *Principles and Practice in Second Language Acquisition*. Pergamon Press.

Kumaravadivelu, B. (2006). *Understanding Language Teaching: From Method to Postmethod*. Routledge.

Richards, J. C., & Rodgers, T. S. (2014). *Approaches and Methods in Language Teaching* (3rd ed.). Cambridge University Press.

Rogers, C. R. (1969). *Freedom to Learn*. Merrill.

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.

Willis, D., & Willis, J. (2007). *Doing Task-Based Teaching*. Oxford University Press.

- Bai, S., Hew, K. F., & Huang, B. (2020). Is gamification “bullshit”? Evidence from a meta-analysis and synthesis of qualitative data. *Educational Research Review*, 30, 100322. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2020.100322>
- British Council. (2015). *English in Latin America: An examination of policy and priorities*. <https://www.britishcouncil.org>
- Cordero, L., & Méndez, A. (2020). *El inglés conversacional en la formación de estudiantes de turismo en Panamá*. Universidad de Panamá.
- Crystal, D. (2003). *English as a global language* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining “gamification”. In *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference* (pp. 9–15). <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Graddol, D. (2006). *English next*. British Council.
- Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does gamification work? A literature review of empirical studies on gamification. In *2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 3025–3034). IEEE. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.377>
- Kapp, K. M. (2012). *The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*. Pfeiffer.
- Su, C. H., & Cheng, C. H. (2015). A mobile gamification learning system for improving the learning motivation and achievements. *Journal of Computer Assisted Learning*, 31(3), 268–286. <https://doi.org/10.1111/jcal.12088>
- Zúñiga, L. (2019). *Innovación educativa y tecnologías emergentes en la enseñanza del inglés*. *Revista Iberoamericana de Educación*, 80(1), 45–60
- Cordero, L., & Méndez, A. (2020). *El inglés conversacional en la formación de estudiantes de turismo en Panamá*. Universidad de Panamá.

Bravo, C., & Rodríguez, A. (2022). Gamificación y aprendizaje del inglés en estudiantes universitarios. *Revista de Educación y Tecnología en América Latina*, 8(2), 55–70.

Cordero, L., & Méndez, A. (2020). El inglés conversacional en la formación de estudiantes de turismo en Panamá. *Revista Científica de la Universidad de Panamá*, 4(1), 23–34.

García, F., & Méndez, R. (2021). Aplicación de la gamificación en la enseñanza del inglés como lengua extranjera. *Educación y Tecnología Digital*, 6(1), 33–48.

Iriarte, D., & Díaz, M. (2023). Impacto de la gamificación en la enseñanza virtual del inglés durante la pandemia. *Revista Iberoamericana de Educación Digital*, 12(3), 81–95.

Kapp, K. M. (2012). *The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*. Pfeiffer.

Ausubel, D. P. (1963). *The Psychology of Meaningful Verbal Learning*. Grune & Stratton.

Canale, M., & Swain, M. (1980). Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing. *Applied Linguistics*, 1(1), 1–47.

Guzmán, S., & Salazar, L. (2022). Gamificación y aprendizaje significativo del inglés en estudiantes universitarios. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 24(3), 82–97.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.

Krouska, A., Troussas, C., & Virvou, M. (2021). Gamified adaptive learning: A review of recent trends in educational technology. *Education and Information Technologies*, 26(3), 3453–3481.

Muñoz, F., & Paredes, L. (2023). Estrategias motivacionales y gamificación en la enseñanza del inglés como lengua extranjera. *Educación y Sociedad Digital*, 9(1), 110–125.

Rodríguez, Y., & Santiago, L. (2023). Dinámicas gamificadas y desempeño oral en inglés: un estudio en estudiantes de turismo. *Revista de Enseñanza de Lenguas Extranjeras*, 13(1), 75–90.

Ministerio de Educación de Panamá. (1995). *Ley 34 de 6 de julio de 1995, que reforma la Ley 47 de 1946, Orgánica de Educación*. Gaceta Oficial No. 22,820. <https://www.meduca.gob.pa/>

Ministerio de Educación de Panamá. (1946). *Ley 47 de 1946, Orgánica de Educación*. Gaceta Oficial de la República de Panamá. <https://www.meduca.gob.pa/>

Werbach, K., & Hunter, D. (2012). *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. Wharton Digital Press.

Moreno, J. A. (2016). *Gamificación en el aula: cómo motivar al alumnado y mejorar el clima en el aula*. Editorial CCS.

Universidad de Málaga. (2020). *plantilla innovagogía, 2020-1* [archivo pdf]. riuma. https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/19572/plantilla_innovagogia_2020-1.pdf?sequence=4

Plump, C. M., & LaRosa, J. (2017). Using Kahoot! in the classroom to create engagement and active learning: A game-based technology solution for eLearning novices. *Management Teaching Review*, 2(2), 151–158. <https://doi.org/10.1177/2379298116689783>

Wang, A. I., & Tahir, R. (2020). The effect of using Kahoot! for learning – A literature review. *Computers & Education*, 149, 103818. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103818>

Ramírez, D., & Mendoza, F. (2021). *Gamificación y aprendizaje: uso de plataformas digitales en la enseñanza*. *Revista de Innovación Educativa*, 9(2), 45-58.

Álvarez, P. (2020). *Wordwall como herramienta de gamificación para el aprendizaje de vocabulario en inglés en primaria* [Trabajo fin de máster, Universidad Internacional de La Rioja]. Repositorio UNIR. <https://reunir.unir.net/>

Castaño-Garrido, C., & Maiz-Olazabalaga, I. (2015). *Gamificación y aprendizaje: Diseño de entornos educativos emergentes*. Universidad del País Vasco.

Gómez, L., & Morales, F. (2021). *Gamificación y aprendizaje de lenguas extranjeras: El caso de Duolingo*. *Revista Iberoamericana de Educación*, 85(1), 155–170. <https://doi.org/10.35362/rie8514629>

Martínez, J., & Peña, S. (2019). *El uso de aplicaciones móviles para el aprendizaje de idiomas: Un estudio con Duolingo*. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 69, 1–12. <https://doi.org/10.21556/edutec.2019.69.1351>

Ramírez, A., & Rodríguez, C. (2020). *Estrategias de aprendizaje de inglés mediante aplicaciones móviles: Una mirada desde Duolingo*. *Revista de Investigación Educativa*, 38(2), 321–340. <https://doi.org/10.6018/rie.38.2.392571>

Vesselinov, R., & Grego, J. (2012). *Duolingo effectiveness study*. City University of New York. <https://www.duolingo.com/efficacy-study>

Parody, L., Santos, J., Trujillo-Cayado, L. A., & Ceballos, M. (2022). *Gamification in engineering education: The use of Classcraft platform to improve motivation and academic performance*. *Applied Sciences*, 12(22), 11832. <https://doi.org/10.3390/app122211832>