

Relación entre los Modos de Agencia en Estudiantes Colombianos y Mexicanos: Estudio Comparativo

Relationship between Modes of Agency in Colombian and Mexican Students: A Comparative Study

María de los Ángeles Maytorena Noriega¹, Daniel González Lomelí²,
Alma Ciria Morales Bracamonte³ y Martha Cecilia Jiménez Martínez⁴

Resumen

La investigación psicológica en el campo del aprendizaje requiere de instrumentos, estrategias y técnicas que faciliten diagnósticos pertinentes a las necesidades de la adquisición de aprendizajes para toda la vida. El objetivo del presente estudio fue explicar la relación entre los tres modos de agencia humana en estudiantes universitarios mexicanos y colombianos. Un total de 568 estudiantes de cuatro Instituciones de Educación Superior aceptaron participar en el estudio y respondieron el IASE. Los resultados obtenidos permitieron, además de corroborar la relación triádica de los modos de agencia estudiados, determinar que los estudiantes mexicanos presentaron mejor perfil de agencia en escenarios educativos en comparación con los estudiantes colombianos. Fomentar el aprendizaje autónomo por medio del modo de agencia colectiva y mediada y el uso del IASE como un instrumento de diagnóstico para el evaluar el nivel de agencia en escenarios educativos son también hallazgos de este estudio.

Palabras clave: agencia humana, estudiantes universitarios, evaluación, Teoría Cognitiva Social

Abstract

Psychological research in the field of learning requires instruments, strategies and techniques that facilitate diagnoses relevant to the needs of acquiring lifelong learning. The present study aimed to explain the relationship between the three modes of human agency in Mexican and Colombian university students. A total of 568 students from four Higher Education Institutions agreed to participate in the study and answered the IASS. The results obtained allowed, in addition to corroborating the triadic relationship of the modes of agency measured, to determine that Mexican students presented a better profile agency in educational settings compared to Colombian students. Promoting autonomous learning through the collective and mediated agency mode and the use of IASS as a diagnostic tool to assess the level of agency in educational settings are also findings of this study.

Keywords: human agency, students, assessment, Social Cognitive Theory

¹Doctora en Ciencias sociales, Profesora Investigadora de Tiempo completo indeterminado en los Programas de Psicología y Posgrado en Innovación Educativa. Universidad de Sonora, México. Boulevard Luis Encinas y Rosales s/n Colonia Centro. C.P. 83000 Hermosillo, Sonora, México. Tel.: +52 6621 564310. Correo: maria.maytorena@unison.mx (Autor de correspondencia)

²Doctor en Psicología, Profesor Investigador de Tiempo completo indeterminado en los Programas de Psicología y de los Posgrados en Psicología y Ciencias Sociales. Universidad de Sonora, México.

³Maestra en Innovación Educativa, Universidad de Sonora, México.

⁴Doctora en Psicología Profesor Investigador de Tiempo completo indeterminado en el Programa de Psicología. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

Introducción

Los retos de la educación superior planteados en 2018 para crear ambientes múltiples de aprendizaje, aprovechar la experiencia y el talento del profesor investigador y apoyar al estudiante en la organización, construcción y resolución de problemas y desafíos cognitivos, en el reconocimiento de sus necesidades, intereses y pretensiones (Didriksson, 2019) son una tarea pendiente de la calidad educativa perseguida desde el inicio del presente siglo.

En ese sentido y en correspondencia con la agenda 2030 de la UNESCO (2017) es necesaria una contribución más activa de los protagonistas del proceso educativo a fin de aumentar la probabilidad de completar los estudios. Para ello es necesario implicar a los estudiantes en su proceso formativo puesto que las metas académicas que se fijen dependerán del apoyo que reciban y de la capacidad que posean para alcanzarlas (Bustamante et al., 2018). Además, se requiere fomentar la naturaleza activa del ser humano para potenciar las habilidades de los estudiantes, incrementar el desempeño académico y promover trabajadores activos y responsables (Gorostiaga et al., 2018).

En opinión de Lara et al. (2021) con base en su estudio sobre compromiso escolar, con una muestra de estudiantes de cuatro países de Iberoamérica, visualizan la importancia de desarrollar técnicas y estrategias que posibiliten la promoción de comportamientos guiados a facilitar que el paso por la universidad sea una práctica de aprendizaje y desarrollo. El trabajo intelectual y práctico del estudiante cobra particular importancia desde la orientación docente, para que alcancen el mayor nivel de autonomía posible y continúen aprendiendo en forma activa y en consonancia con los requerimientos de su vida futura (Didriksson, 2019). Por lo cual la investigación en torno a los procesos cognoscitivos, metacognoscitivos y metamotivacionales asociados a la adquisición de aprendizajes complejos se torna una tarea fundamental en el camino del aprendizaje activo.

En armonía con lo antes citado preexisten varios y diversos factores que incurren en la formación académica de los estudiantes universitarios como la morosidad académica (Rodríguez & Clariana, 2017), la autoeficacia (Del

Valle et al., 2018), la dificultad para socializar y adaptarse al ambiente universitario, la sensación de aislamiento social y académico (De Vries et al., 2011), el entorno social como familia, amigos, iglesia; la situación económica y la situación psicológica y biológica (Durán et al., 2017) por citar algunos; todos ellos relacionados con la percepción de calidad de vida y expectativas personales.

Bajo esta perspectiva, puede observarse que la situación del estudiante es compleja, por lo cual, se plantea la realización de investigaciones a partir de una visión interdisciplinaria, como lo es el estudio de la agencia humana, con el fin de estar en posibilidades de generar diagnósticos más pertinentes a las necesidades del que aprende y desarrollar estrategias que permitan fomentar el aprendizaje complejo, a la par del desarrollo de habilidades profesionales.

Aunque la disertación de la Agencia Humana se ha nutrido de diversas fuentes teóricas y disciplinares, lo que ha permitido el desarrollo de consideraciones y hallazgos de manera independiente, no existe una sola forma de conceptualizar, objetivar y operacionalizar este constructo; de aquí deriva la necesidad de tejer conexiones e identificar límites entre las acepciones que sobre la agencia humana se han trabajado desde distintas orientaciones disciplinares, teóricas y empíricas.

Para Beck et al. (2017) el sentido de agencia se refiere al sentimiento de control sobre las acciones de uno y, a través de ellas, sobre eventos externos. Un marcador propuesto de sentido implícito de agencia es el "vínculo intencional": la tendencia a percibir las acciones voluntarias y sus resultados en un tiempo cercano. Otra es la atenuación de las consecuencias sensoriales de una acción voluntaria. Aquí se muestra que la capacidad de elegir un resultado a través de la selección de acciones contribuye al sentido implícito de agencia.

Mientras que Heckhausen et al. (2019) revelan que los conceptos psicológicos de la agencia individual se han asociado con numerosos conceptos, como objetivos, control percibido, autoeficacia, persistencia, dominio, autonomía y autorregulación. Cada uno de los cuales ostenta uno o más aspectos específicos de la motivación y la acción y agregan que la mayoría de estos

constructos representan la expectativa de resultados de acción (por ejemplo, percepciones de control), los valores asociados con acciones (como disfrute de la actividad) y sus resultados (entre ellos, logro de metas), o las características de comportamiento motivado (como muestra, autorregulación).

Bandura (2006) define Agencia humana como la acción de influir intencionalmente en las circunstancias de vida. Conjuntamente, en su teoría cognitivo social, propone una relación recíproca entre persona (agencia), medio ambiente (estructura), y comportamiento (resultado). Igualmente hace referencia a tres modos de agencia: a) Agencia personal alusiva al Yo, donde se facilita la reflexión acerca de las metas que se propone alcanzar por medio de los recursos cognitivos y metacognitivos con que se cuenta; b) Agencia proxy, en la que el individuo actúa indirectamente por medio de otros de los que se vale para lograr su fin y, c) Agencia colectiva, perteneciente al individuo dentro de un colectivo en el que suma esfuerzos con otros por un bien común.

Sin embargo, la agencia humana como variable se ha empleado empíricamente en pocos estudios de corte cuantitativo (Castañeda et al., 2014; Maytorena & González, 2020; Pick et al., 2007) aunque sobre los componentes de la agencia la situación es distinta, por ejemplo Valle et al. (2015) con la participación de 1858 universitarios españoles, a quienes midieron las metas, expectativas de autoeficacia y rendimiento académico; encontraron que la consecución de metas no solo depende de la planificación de las metas en sí, sino del nivel de expectativas de autoeficacia del estudiante; además, las expectativas de autoeficacia mostraron un papel central entre las metas y el rendimiento, pues los estudiantes que creen que pueden aprender y creen en sus propias capacidades, tienen mejores resultados incluso en las evaluaciones. Adicionalmente, encontraron también un nivel de estrés y ansiedad menor en aquellos estudiantes que planifican metas y tienen una creencia de autoeficacia.

Otro ejemplo es el estudio de Sáez et al. (2016) con 230 estudiantes de diferentes grados y cursos de la facultad de Ciencias Biomédicas y de Ciencias de la Salud sobre el proceso de

aprendizaje y su autoevaluación. Los autores consideraron que la autorreflexión contribuye en el desarrollo de competencias generales como la responsabilidad y el espíritu crítico, y competencias emocionales como la tolerancia a la frustración, la capacidad para retrasar gratificaciones, el manejo del mal humor o la autoafirmación positiva, con lo cual se facilita la habilidad de autorregulación.

Estos estudios están más orientados a lo que Bandura (2002) conceptualiza como el modo de agencia personal y en la investigación sobre psicología educativa se encuentran con mayor frecuencia que aquellos estudios que impliquen tanto variables psicológicas como variables concernientes con el papel mediador del docente y variables con un origen más sociológico como las interacciones entre pares y la colaboración para el logro de un fin común; en ese tenor, Maytorena (2021) propuso el término Agencia en escenarios educativos el cual integra los tres modos de agencia propuestos por Bandura (1999, 2002, 2006); la agencia se mide bajo una perspectiva interdisciplinar y con un enfoque de acciones que llevan a cabo los estudiantes universitarios en torno a su proceso de aprendizaje.

Maytorena (2021) conceptualiza Agencia en escenarios educativos como un conjunto de habilidades personales, académicas y de interacción social que el estudiante posee y emplea para el logro de sus metas académicas orientadas a la mejora de sus logros escolares e incluye los tres modos de Agencia planteados por Bandura (2006). En la propuesta de la autora el modo de Agencia personal alude a la capacidad cognoscitiva y metacognoscitiva que el estudiante maneja de forma interdependiente para tomar decisiones en función de sus metas académicas y emprender las acciones necesarias para su consecución (Maytorena, 2021). Este modo de agencia se integra por: a) Intencionalidad: intenciones que los estudiantes forman con relación a sus planes académicos y las estrategias para llevarlos a cabo; b) Previsión: establecimiento de metas escolares o académicas anticipando los posibles resultados; c) Auto-reactividad: capacidad del estudiante para construir formas de actuación y de motivar y regular su ejecución orientadas al aprendizaje y; d) Auto-reflexión: capacidad metacognoscitiva del estudiante para reflexionar acerca de la

correspondencia entre sus pensamientos y sus acciones académicas.

El modo de Agencia mediada se conceptualiza como la percepción del estudiante sobre el uso de estrategias instruccionales del profesor, así como la importancia que otorga al apoyo económico que fomenta el aprendizaje y auto desarrollo personal (Maytorena, 2021). Este modo de agencia se mide a partir de la importancia que los estudiantes atribuyen a los apoyos económicos a los que pueden acceder y los apoyos brindados por los docentes en el proceso de enseñanza; razón por la cual integra dos factores: a) Apoyo docente: apoyo percibido por el estudiante acerca de las estrategias instruccionales, de tutoría y de asesoría de los profesores consideradas útiles para su formación profesional y b) Apoyo económico: importancia que el estudiante brinda al apoyo económico y al acceso a especialización para una mejor formación profesional. Estas dimensiones se fundamentan con estudios como el de Gutiérrez et al. (2018) quienes relacionaron el Apoyo docente, compromiso académico y satisfacción de 870 estudiantes universitarios dominicanos; encontraron que la satisfacción de los estudiantes hacia los centros educativos, así como con sus profesores, es fuertemente influenciada por el apoyo del docente a la autonomía de los estudiantes.

El tercer modo de agencia, Agencia colectiva, alude al grado de pertenencia al grupo escolar que posee el estudiante y el compromiso que ejerce hacia el logro de objetivos comunes de aprendizaje con sus compañeros, lo cual se refleja en las Interacciones sociales que tienen lugar en el salón de clase, definidas como la importancia que los estudiantes dan al tipo de interacciones que se generan en el grupo escolar y el grado de pertenencia que perciben así como en la colaboración durante el proceso de aprendizaje también el Aprendizaje colaborativo entendido como el grado de importancia que el estudiante brinda al trabajo colaborativo con fines de obtener un mejor aprendizaje de los contenidos vistos en clase (Maytorena, 2021).

El modelo de Maytorena (2020a) que plantea una interrelación de los tres modos de agencia se puso a prueba con una muestra de estudiantes universitarios del Noroeste de México y ese modelo es el punto de partida para este estudio en

el que se hipotetiza un efecto de mediación entre los tres modos de agencia y sus componentes. La agencia colectiva incide sobre la agencia personal con la mediación de la agencia mediada. En el estudio citado se empleó una versión extensa del IASE y a partir de los resultados cada dimensión de cada modo de agencia se constituyó con cuatro indicadores.

Posteriormente se empleó las subescalas de Agencia personal del IASE en una muestra integrada por universitarios colombianos y mexicanos (Maytorena et al., 2020b) se encontró una estructura tetrafactorial, como se hipotetizó; el modelo de medición resultante indicó que no hay diferencias entre las acciones de agencia personal reportado por ambas muestras, lo cual indica que tanto los estudiantes colombianos como los mexicanos adquieren sus estrategias de agencia personal de forma similar.

Con base en estas dos investigaciones previas, en este estudio se formula el uso diagnóstico del IASE en la educación superior a fin de generar estrategias que permitan el fomento de comportamiento agentivo desde el aula. De esa manera, el objetivo central del presente estudio fue comparar el comportamiento agentivo de estudiantes universitarios mexicanos y colombianos. Un objetivo más se orienta en poner a prueba la interrelación entre los tres modos de agencia humana en estudiantes universitarios mexicanos y colombianos, como fue probada en estudiantes del noroeste de México (Maytorena et al., 2020a).

Método

Participantes

568 estudiantes universitarios mexicanos (55.3%) y colombianos (44.7%) participaron de forma voluntaria e informada y previa autorización firmada. En la muestra de México el 24.1% son estudiantes de una ciudad del centro del estado de Sonora y 31.2% de una institución del sur de Sonora, ambas universidades públicas del noroeste del país. En la muestra de estudiantes colombianos 32.2 % son estudiantes de la ciudad de Tunja, Boyacá y el 12.5% de Medellín, Antioquia. Del total de la muestra el 58.5% son mujeres. La media de edad reportada fue de 19.87 ± 1.81 años con una edad mínima de 16 y máxima de 25 años. El 75.2%

de los estudiantes se formaron en una institución pública de nivel medio superior o bachillerato.

Instrumentos

Se empleó el Inventario de Agencia en Situaciones Escolares (IASE) de Maytorena (2021); la versión original del inventario comprende 136 reactivos en formato tipo Likert con cuatro opciones de respuesta divididos en tres escalas: Agencia personal, Agencia mediada y Agencia colectiva, y ocho subescalas. Con base en los estudios de Maytorena (2021) y Maytorena et al. (2022) se aplicaron los 136 reactivos en lugar de las versiones producto de los estudios previos dado que la muestra comprende estudiantes de dos países y no se contaba con indicadores de validez de constructo en estudiantes colombianos (a excepción de la escala de Agencia personal). La escala de Agencia personal y las cuatro subescalas que la componen son: *Auto-reactividad* (13 reactivos, $\alpha=.79$), *Auto-reflexión* (14 reactivos, $\alpha=.86$), *Previsión* (16 reactivos, $\alpha=.90$) e *Intencionalidad* (15 reactivos, $\alpha=.88$). La escala de Agencia mediada está integrada por dos subescalas *Apoyo docente* (17 reactivos, $\alpha=.90$) y *Apoyo económico* (16 reactivos, $\alpha=.84$); y la escala de Agencia colectiva cuenta con 16 reactivos para la subescala *Interacciones sociales* ($\alpha=.92$) y 20 indicadores para *Aprendizaje colaborativo* ($\alpha=.93$).

Procedimiento

Previa autorización de la autoridad académica de cada carrera se acudió con el profesor responsable de una asignatura del semestre en curso (durante el ciclo 2019-2020) en el momento de la aplicación y se invitó a los estudiantes a participar en el estudio quienes firmaron un consentimiento informado donde se garantiza la confidencialidad de sus respuestas y el uso exclusivo de los datos para investigación. Se les informó sobre el objetivo del estudio, se externaron las instrucciones y se les proporcionó el IASE el cual se completó en aproximadamente 20 minutos.

Análisis de datos

Se analizaron los datos sociodemográficos con el empleo de estadística descriptiva y se realizaron pruebas de comparación de medias y análisis de consistencia interna con el paquete estadístico SPSS versión 25 y un análisis factorial

confirmatorio (AFC) por modelamiento de ecuaciones estructurales (MEE) con el método de máxima verosimilitud (ML) y análisis de covarianza utilizando el paquete estadístico EQS (Bentler, 2006) con el fin de obtener validez de constructo convergente y divergente así como probar las relaciones entre los tres modos de agencia en escenarios educativos medidos, identificando los pesos factoriales (PF) y los pesos estructurales (PE) entre las variables latentes; así como los indicadores de bondad de ajuste estadística (*Ji cuadrada*) y práctica (Índice de ajuste Bentler-Bonett Normado [NFI], Índice de ajuste Bentler-Bonett No-Normado [NNFI], Índice de ajuste comparativo [CFI], Índice de ajuste Bollen (IFI) y la Raíz Cuadrada del cuadrado medio del error de aproximación [RMSEA]). Para que el modelo sea válido se espera que la probabilidad asociada de la *Ji cuadrada* sea $p>.05$ y una razón $X^2/gl<3$ (Ruíz et al., 2010). Los índices NFI, NNFI, CFI y el IFI deben ser $>.90$, y el RMSEA debe ser $<.08$, todos estos índices se incluyen en el paquete EQS de Bentler (2006).

Resultados

La Figura 1 exhibe tanto el resultado de validez de constructo convergente y divergente como el efecto de mediación del modo de agencia mediada sobre la agencia personal (variable criterio) por medio de la agencia colectiva (variable predictora). En lo concerniente a la validez de constructo, primero se constituyeron, con el total de indicadores para cada factor de primer orden enunciados en el subapartado de instrumento. Así, se muestra el modo de agencia personal, factor de segundo orden conformado por los factores *Auto reactividad* ($pf=.76$), *Auto reflexión* ($pf=.71$), *Previsión* ($pf=.77$) e *Intencionalidad* ($pf=.80$); con sus respectivos indicadores que fluctúan entre .47 y .65 para la dimensión Auto reactividad y entre .61 y .77 para el factor Intencionalidad. Para el factor de segundo orden Agencia mediada se muestra su integración con los factores Apoyo docente ($pf=.43$) con sus respectivos indicadores los cuales poseen pesos factoriales de .58 a .80 y Apoyo económico ($pf=.51$), con cuatro variables manifiestas donde se observan pesos factoriales de .61 a .81.

El tercer factor de segundo orden, Agencia colectiva se constituyó por los factores *Interacciones*

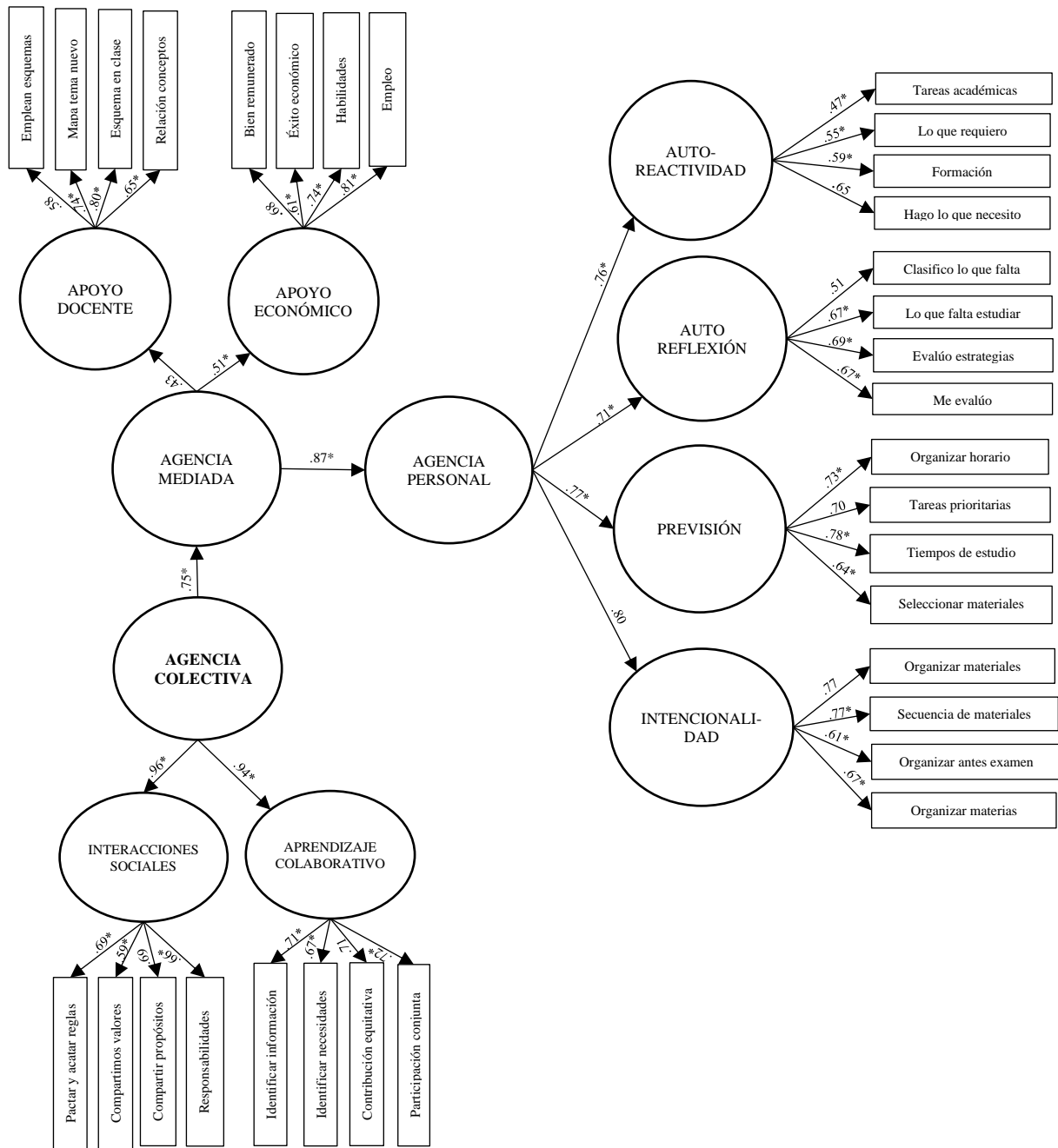


Figura 1. Modelo de mediación de agencia en escenarios educativos con 568 estudiantes universitarios colombianos y mexicanos. $X^2=784.84$ (453 gl) $p=.00$; IBBANN=.94, IAC=.94, RMSEA=.03 (.03, .04)

sociales ($pf=.96$) y Aprendizaje colaborativo ($pf=.94$) cada uno establecido por cuatro indicadores cuyos pesos factoriales fluctúan entre .59 y .72. Por último, los pesos factoriales para cada factor son muestra de validez de constructo convergente mientras la conformación de cada uno de los factores de agencia en escenarios educativos señala validez de constructo divergente. En el modelo de mediación resultante se observa un efecto directo y positivo de la variable latente de segundo orden Agencia colectiva sobre la variable de segundo orden Agencia mediada ($pe=.75$) y un

efecto directo y significativo de la Agencia mediada sobre la variable latente de segundo orden Agencia personal ($pe=.87$).

En lo relativo al efecto de mediación la Figura 1 muestra que el factor de Agencia mediada posee un efecto de mediación entre los factores Agencia colectiva y Agencia personal con una R^2 igual a .77 y .57. Es decir, el modo de agencia colectiva explica 77% de la varianza del modo de agencia mediada y el modelo en su conjunto explica 57% de la varianza del modo de agencia personal. El modelo resultante posee bondad de ajuste práctica ($Ji\ cuadrada=784$,

Tabla 1. Análisis de consistencia interna y estadísticos descriptivos de las escalas y subescalas del IASE

Escala/subescala	Min	Max	M	α
Agencia personal en escenarios educativos	2.65	3.50	3.24	.87
Auto reactividad	3.15	3.43	3.30	.65
Auto reflexión	2.65	3.13	2.98	.73
Previsión	3.21	3.47	3.32	.80
Intencionalidad	3.29	3.50	3.36	.79
Agencia mediada en escenarios educativos	2.89	3.68	3.28	.73
Apoyo docente	2.89	3.18	2.99	.79
Apoyo económico	3.44	3.68	3.56	.80
Agencia colectiva en escenarios educativos	3.21	3.52	3.41	.86
Interacciones sociales	3.21	3.52	3.40	.75
Aprendizaje colaborativo	3.41	3.44	3.43	.79

con $gl=453$ y $p=.00$; $X^2/gl=1.73$; con valores de .94 para NNFI, CFI y IFI; RMSEA=.03) lo cual refiere que el modelo resultante, aunque no es el óptimo, es similar en cuanto a explicación al modelo saturado (Bentler, 2006; Corral et al., 2001; Ruíz et al., 2010), y refleja la relación entre los tres modos de agencia en escenarios educativos y sus manifestaciones correspondientes, como fue medido en este estudio.

Una vez conformado el modelo de mediación se estimó la confiabilidad de las escalas con los reactivos resultantes con el método de consistencia interna vía alfa de Cronbach (Tabla 1). Todas las escalas son confiables (Nunnally, 1994). Se poseen valores para alfa de Cronbach de .65 a .86 para las subescalas de cada modo de agencia. Con relación al análisis de consistencia interna por escala, el alfa de Cronbach más bajo fue para la escala agencia mediada ($\alpha=.73$), mientras que la escala de agencia personal fue la de mayor índice de confiabilidad ($\alpha=.87$).

Perfil de Agencia en escenarios educativos

Con base en el modelo de mediación antes descrito (Figura 1) se crearon variables a partir de la sumatoria de las cuatro variables manifiestas que integra cada dimensión para cada modo de agencia en escenarios educativos. En relación con el perfil de agencia en escenarios educativos, se crearon variables a partir de la sumatoria de las cuatro variables manifiestas que integra cada dimensión para cada modo de agencia en escenarios educativos, con base en el modelo resultante. Posteriormente, con el objetivo de crear el perfil de agencia que poseen los estudiantes colombianos y

los estudiantes mexicanos y comparar ambos perfiles, se estimó la media para cada variable creada por país participante; se encontraron diferencias significativas en todas las dimensiones. Los estudiantes mexicanos reportan valores más altos en todos los factores que constituyen las medidas para los tres modos de agencia en escenarios educativos como se presenta en las Figuras 2, 3 y 4. A partir de la sumatoria de los cuatro reactivos que componen cada factor, los valores del perfil de agencia se ubican entre 4 y 16 puntos (respuestas con valores de uno a cuatro). Con el supuesto de que puntuaciones cercanas a los 16 puntos señalan alto nivel de agencia, para el modo de agencia personal, el perfil muestra que las dimensiones Auto reactividad, Auto reflexión, Previsión e Intencionalidad en estudiantes colombianos y mexicanos (Figura 2), presenta puntuaciones similares en ambas muestras, pero las diferencias significativas se obtuvieron en las subdimensiones Intencionalidad ($p=.005$) y Auto-reflexión ($p=.033$) en la muestra de estudiantes mexicanos. La puntuación más baja fue para Auto-reflexión en ambos grupos; además, la muestra de estudiantes mexicanos señala llevar a cabo más acciones relativas a la intención de hacer las cosas (Intencionalidad) como la organización de materiales, tareas y lo que se requiere estudiar para los exámenes; mientras los estudiantes colombianos indican emprender acciones relacionadas con Auto-reactividad tales como asegurarse de tener claras las instrucciones de las tareas, hacer lo que requieren y saber lo que necesitan para lograr sus metas académicas. Todas, con niveles de agencia altos dado que superan 10 de 16 puntos posibles.

Con relación al modo de agencia mediada, el perfil para ambas dimensiones también indica valores más altos para la muestra de estudiantes mexicanos (Figura 3); siendo superiores y significativas, las diferencias en la dimensión Apoyo económico ($p=.000$) cuyos indicadores aluden a la búsqueda de trabajos bien remunerados, que les permita desarrollar habilidades profesionales y que sea de su interés. En la dimensión Apoyo docente, las puntuaciones son menores en ambas muestras, pero no por debajo de diez puntos, las puntuaciones menores en la dimensión apoyo docente se relaciona con el poco uso reportado de estrategias instruccionales por

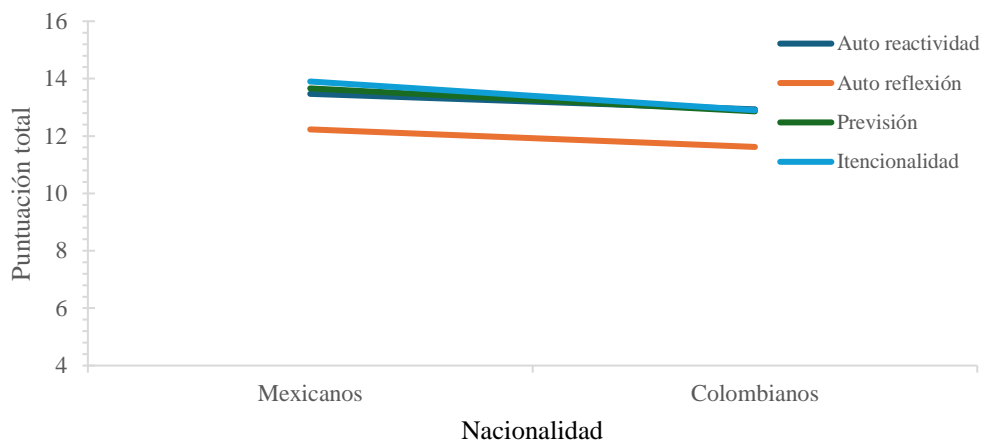


Figura 2. Dimensiones que integran el modo de Agencia personal por país

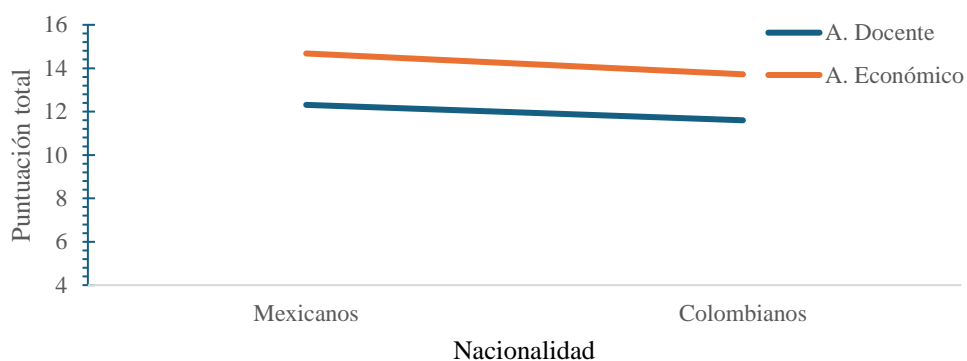


Figura 3. Dimensiones que integran el modo de Agencia mediada por país

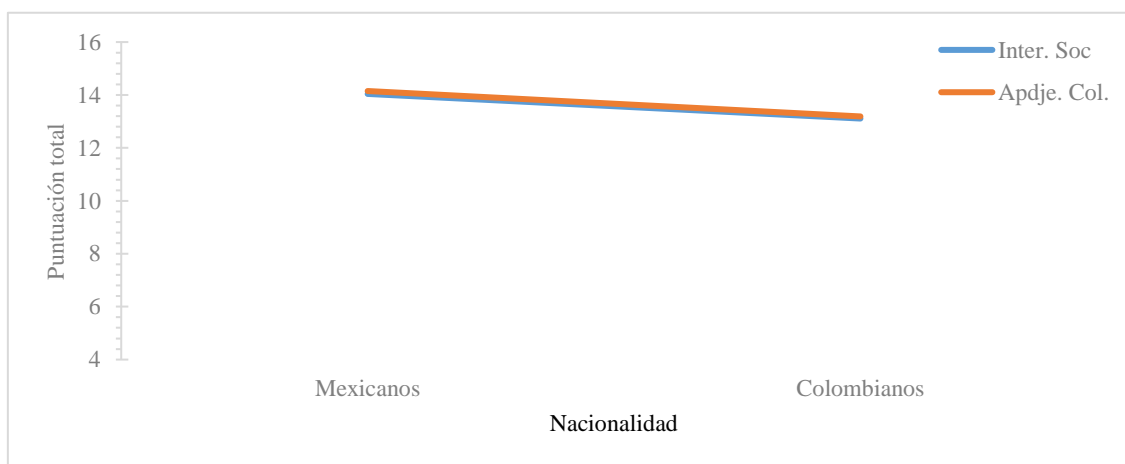


Figura 4. Dimensiones que integran el modo de Agencia colectiva por país

parte de los docentes como los esquemas, mapas conceptuales, entre otros.

Para el modo de Agencia colectiva (Figura 4) el resultado es similar en cuanto a la superioridad en puntuación para la muestra de estudiantes mexicanos en ambos factores; además, fue la dimensión Aprendizaje colaborativo ($p=.000$) la que alcanzó puntuaciones más altas para ambas muestras, aunque la diferencia en cuanto a puntuación

es pequeña; lo cual corresponde a que tanto los estudiantes mexicanos como los colombianos valoran la importancia de las interacciones sociales como compartir valores y responsabilidades así como al aprendizaje colaborativo con acciones como contribuir de forma equitativa, participar en las tareas e identificar tanto las necesidades de una tarea como la información brindada.

Discusión

El efecto de mediación que se encontró, relativo al primer objetivo planteado, confirma la propuesta de Bandura (2006) por un lado, y de la interrelación de variables de distintas disciplinas por el otro; esta contribución confirma la relación triádica de los modos de agencia en escenarios educativos; tales resultados favorecerán los procesos de enseñanza y aprendizaje dado que el modelo de mediación resultante comprueba la importancia del trabajo colaborativo y de las interacciones sociales (agencia colectiva) además de la participación del docente (agencia mediada) para desarrollar la agencia personal en el que aprende lo cual repercute en la autonomía e independencia en el aprendizaje tal como se encontró en la muestra de estudiantes mexicanos (Maytorena et al., 2019).

En ambas muestras se hallaron diferencias significativas en todas las dimensiones, y la muestra de estudiantes mexicanos obtuvo puntuación más alta en todos los factores que conforman los tres modos de agencia; en cuanto a la agencia colectiva, que es el factor que promueve en primera instancia a la agencia personal, se puede observar que ambas muestras obtuvieron puntaje superior a los demás factores, lo que deja ver un escenario positivo en cuanto al desarrollo de agencia en los estudiantes universitarios, ambas muestras están dispuestas al aprendizaje colaborativo, así como a la interacción social en el aula para lograr un mejor aprendizaje, esta actuación activa de parte de los estudiantes promueve su autonomía y potencia sus habilidades (UNESCO, 2017) por lo tanto se infiere que disminuye problemas recurrentes como son la sensación de aislamiento social y académico (De Vries et al., 2011).

En cuanto a la importancia del factor de agencia mediada como un atributo mediador entre el modo de agencia colectiva y el modo de agencia personal de acuerdo con Bandura (2006) y probado en el modelo de Maytorena (2021), en este estudio se encontró bajo puntaje en la categoría de apoyo docente en ambas muestras, lo cual repercute directamente en el desarrollo de agencia del estudiante. Se advierte también la necesidad de una educación con mayor calidad referida a competencia docente en cuanto a estrategias de

instrucción, reconociendo las necesidades de los estudiantes, así como sus intereses y pretensiones, creando ambientes de aprendizaje que sean coherentes con lo requerido (Didriksson, 2019). Este dato es relevante y sugiere promover el apoyo por parte de la planta docente a los estudiantes para lograr no solo una implicación activa que, como se ha observado en los resultados de agencia colectiva, este factor cuenta con puntaje alto en ambas muestras; sino para lograr un enfoque en metas y resultados planeados en su proceso de aprendizaje, tomando en consideración que es el docente quien otorga dirección y facilita las acciones de los estudiantes de acuerdo a su capacidad para obtener un mejor resultado (Bustamante et al., 2018).

Con relación a la agencia personal, en ambas muestras se observa menor puntuación en el factor de autorreflexión. Se infiere entonces, dada la importancia de que exista una concordancia entre lo que se piensa y lo que se hace, que los estudiantes tanto mexicanos como colombianos incurren en problemas como morosidad e incumplimiento al no otorgar un espacio y tiempo para reflexionar sobre las actividades académicas desarrolladas y cómo mejorarlas, dichos problemas reconocidos en estudios realizados por autores como Rodríguez y Clariana (2017); puntajes altos en intencionalidad, en la muestra mexicana y en auto reactividad en la muestra colombiana, no serían suficientes para desarrollar agencia personal, aunque sí otorgan un indicio positivo para lograrlo.

Los resultados de los diferentes factores descritos en este estudio exponen un comportamiento similar entre los estudiantes mexicanos y colombianos en cuanto a acciones, estrategias y comportamientos académicos. En general, los estudiantes mexicanos muestran mayor disposición para crear estrategias para el logro de sus metas académicas, que es la base de la agencia, y los estudiantes colombianos resultan más activos en cuanto a identificar y obtener lo que requieren para el cumplimiento de sus tareas académicas. Los resultados de este estudio son una aportación al estudio del aprendizaje complejo, sin embargo, es necesario continuar trabajando principalmente en la validez predictiva de la medida de Agencia en Escenarios Educativos.

Finalmente, es importante mencionar la efectividad del IASE como instrumento de

diagnóstico para identificar las acciones orientadas al fomento de la autonomía en los aprendizajes; y en el mismo sentido, se recomienda continuar realizando investigación orientada a la adquisición de los aprendizajes y en la generación de instrumentos que puedan ser empleados para diagnóstico.

Referencias

- Bandura, A. (1999). *Social Cognitive theory: An agentic perspective*. *Asian Journal of Social Psychology*, 2(1), 21-41.
<https://doi.org/10.1111/1467-83X.00024>.
- Bandura, A. (2000). Exercise oh human agency through collective efficacy. *Current Directions in Psychological Science*, 9(3), 75-78.
<https://doi.org/10.1111/1467-8721.00064>.
- Bandura, A. (2002). Social Cognitive Theory in cultural context. *Applied Psychology: An International Review*, 51(2), 269-290.
<https://doi.org/10.1111/1464-0597.00092>.
- Bandura, A. (2006). Toward a psychology of human agency. *Perspectives on Psychological Science*, 1(2), 164-180.
<https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2006.00011.x>.
- Beck, B., Di Costa, S., & Haggard, P. (2017). Having control over the external world increases the implicit sense of agency. *Cognition*, 162, 54-60.
- Bentler, P. (2006). EQS: Structural Equations Program Manual. BMPD Statistical Software, Inc.
- Bustamante, L., Ayllón, S., & Escanés, G. (2018). Abordando la trayectoria universitaria desde el pensamiento complejo. *Praxis Educativa*, 22(3), 64-70.
<http://dx.doi.org/10.19137/praxiseducativa-2018-220307>.
- Castañeda, S., Peñalosa, E., & Austria, F. (2014). *Perfiles Agentivos y no Agentivos en la Formación del Psicólogo*. UNAM-Facultad de Psicología-CONACYT.
- Corral, V., Frías, M., & González, D. (2001). Análisis Cuantitativos de variables latentes. Colección textos académicos. Universidad de Sonora.
- Del Valle, M., Díaz, A., Pérez, M., & Vergara, J. (2018). Análisis Factorial Confirmatorio Escala Autoeficacia Percibida en Situaciones Académicas (EAPESA) en Universitarios Chilenos. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación – e Avaliação Psicológica*, 49(4), 97-106.
<https://doi.org/10.21865/RIDEP49.4.08>.
- De Vries, W., León, P., Romero, J., & Hernández, I. (2011). ¿Desertores o decepcionados? Distintas causas para abandonar los estudios universitarios. *Revista de la Educación Superior*, 4(160), 29-49.
<https://www.redalyc.org/pdf/604/60422569002.pdf>.
- Didriksson, A. (2019). La construcción de una agenda de transformación para la universidad en América Latina y el Caribe Balance y perspectivas de la CRES-2018. *Perfiles Educativos*, XLI (163), 178-193.
- Durán, S., Prieto, R., & García, J. (2017). Influencia de la calidad de vida en el rendimiento del estudiante universitario. En: J. Hernández, J. Barboza & I. Muñoz (comps.), *Calidad de Vida, Inclusión Social y Bienestar Humano* (pp. 90-111). Fondo Editorial UNERMB.
- Gorostiaga, A., Balluerka, N., Ulaia, I., & Aliri, J. (2018). Evaluación de la Iniciativa Personal en el Ámbito Educativo y su Relación con la Actitud Emprendedora y el Rendimiento Académico. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación – e Avaliação Psicológica*, 3(48), 105-116.
<https://doi.org/10.21865/RIDEP48.3.09>.
- Gutiérrez, M., Tomás, J., & Alberola, S. (2018). Apoyo docente, compromiso académico y satisfacción del alumnado universitario. *Estudios sobre Educación*, 35, 535-555.
- Heckhausen, J., Carsten, W., & Schulz, R. (2019). Agency and Motivation in Adulthood and Old Age. *Annual Review of Psychology*, 70, 191-217.
- Lara, L., Domínguez-Lara, S., Gómez-Espino, J., Acevedo, F., Aparicio, J., Saracostti, M., & Miranda-Zapata, E. (2021). Adaptación y validación del Cuestionario de Compromiso escolar en países Iberoamericanos. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación – e Avaliação Psicológica*, 59(2), 95-108.
<https://doi.org/10.21865/RIDEP59.2.08>
- Maytorena, M. A., & González, D. (2020b). Escala de Agencia Personal en Educación Superior:

- Diseño y validación. *PsiCumex*, 10(1), 39-60. <https://doi.org/10.36793/psicumex.v10i1.338>.
- Maytorena, M. A., González, D., & Corral, V. (2020a). Efecto de mediación de la Agencia Humana en escenarios educativos. *Acta de Investigación Psicológica*, 10(2), 43-66. <https://doi.org/10.22201/fpsi.20074719e.2020.2.345>.
- Maytorena, M. A. (2021). *Agencia Humana en el contexto educativo: Constructos y medición*. McGraw-Hill-Universidad de Sonora.
- Maytorena, M. A., González, D., & Corral, V. (2022). Estructura factorial de la agencia personal en estudiantes colombianos y mexicanos. *Acta de Investigación Psicológica*, 12(1), 39-48. <https://doi.org/10.22201/fpsi.20074719e.2022.1.400>.
- Nunnally, J. C. (1994). *Psychometric Theory*, 3rd. ed. McGraw-Hill.
- Pick, S., Sirkin, J., Ortega, I., Osorio, P., Martínez, R., Xocolotzin, U., & Givaudan, M. (2007). Escala para medir agencia personal y empoderamiento (ESAGE). *Revista Interamericana de Psicología*, 41(3), 295-304.
- Rodríguez, A., & Clariana, M. (2017). Procrastinación en estudiantes universitarios: Su relación con la edad y el curso académico. *Revista Colombiana de Psicología*, 26(1), 45-60. <https://doi.org/10.15446/rcp.v26n1.53572>.
- Ruíz, M. A., Pardo, A., & San Martín, R. (2010). Modelos de Ecuaciones Estructurales. *Papeles del Psicólogo*, 31(1), 34-45.
- Sáez, B., Caja, M., Rodríguez, R., Gómez, D., & Arce, M. (2016). Autorreflexión y autoevaluación: Una experiencia para mejorar el aprendizaje mediante el desarrollo de competencias generales y emocionales. *X Jornadas Internacionales de Innovación Universitaria Educar para transformar*. Departamento de Farmacia-Biotecnología Facultad de CC. Biomédicas Universidad Europea de Madrid.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2017). La UNESCO avanza, la agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Grupo de Trabajo de la UNESCO sobre la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <http://en.unesco.org/sdgs>.
- Valle, A., Regueiro, B., Rodríguez, S., Piñero, I., Freire, M., & Suárez, N. (2015). Perfiles motivacionales como combinación de expectativas de autoeficacia y metas académicas en estudiantes universitarios. *European Journal of Education and Psychology*, 8(1), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.ejeps.2015.10.001>.