

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



**Uso del material audiovisual de las Series de Reflexiones
Mensuales y la motivación en los usuarios del fanpage de la Radio
Nuevo Tiempo, Perú 2021**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación

Por:

Claudia Thais Suarez Vigo
Eliana Edelways Ramos Bendezu

Asesor:

Lic. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano

Lima, setiembre de 2023

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Romeen Fortunato Aguirre Zambrano docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“USO DEL MATERIAL AUDIOVISUAL DE LAS SERIES DE REFLEXIONES MENSUALES Y LA MOTIVACIÓN EN LOS USUARIOS DEL FANPAGE DE LA RADIO NUEVO TIEMPO, PERÚ 2021”** de los autores Claudia Thais Suarez Vigo y Eliana Edelways Ramos Bendezu, tiene un índice de similitud de 20% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 28 días del mes de diciembre del año 2023.



Lic. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 17 día(s) del mes de noviembre del año 2023 siendo las 9:00 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: Mtro. Jose Calsín Molleapaza; el secretario: Lic. Nick Josías Brañez Medrano; demás miembros: Mg. José Víctor Cabrera Aquino y el asesor: Lic. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: **“Uso del material audiovisual de las series de reflexiones mensuales y la motivación de los usuarios de la radio Nuevo Tiempo Perú 2021”** presentado para las bachilleres: Claudia Thais Suarez Vigo y Eliana Edelways Ramos Bendezu, conducente a la obtención del título profesional de Licenciada (o) en Ciencias de la Comunicación.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando a los candidatos a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltos por el candidato. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato-(a): **Bach. Claudia Thais Suarez Vigo**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADA	18	A-	Muy bueno	Sobresaliente

Candidato-(a): **Bach. Eliana Edelways Ramos Bendezu**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADA	18	A-	Muy bueno	Sobresaliente

Candidato-(a):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	


(*) Ver parte posterior


Finalmente, el presidente del jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

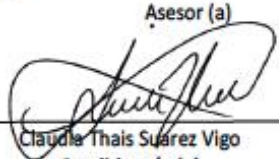
“SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODALIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA”

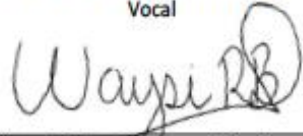

 Mtro. Jose Calsín Molleapaza
 Presidente (a)


 Lic. Nick Josías Brañez Medrano
 Secretario (a)


 Lic. Romeen Fortunato Aguirre
 Zambrano


 Mg. José Víctor Cabrera Aquino
 Vocal

Asesor (a)

 Claudia Thais Suarez Vigo
 Candidato/a (a)


 Eliana Edelways Ramos Bendezu
 Candidato/a (b)

DEDICATORIA

Agradezco a Dios, a mi esposo Carlos Sánchez, a mi suegra Margarita Ruiz y a mis padres, Ema Vigo y Juan Carlos Suárez, quienes fueron mi roca, mi sostén desde el inicio de esta investigación hasta el momento en que alcancé el título de licenciada en comunicaciones. También quiero reconocer a mi colega Edel; juntas, hicimos posible este logro.

Claudia Thais Suarez Vigo

A Dios, quien me ha dotado de dones, talento y vocación. A mi amada familia, faro constante de apoyo y aliento en cada paso de esta travesía académica. A mi compañera de tesis, juntas remamos contra viento y marea, transformando desafíos en logros. Gracias a todos ellos, por ser mi ancla y mi inspiración.

Eliana Edelways Ramos Bendezu

“Uso del material audiovisual de las Series de Reflexiones Mensuales y la motivación en los usuarios del fanpage de la Radio Nuevo Tiempo, Perú 2021”

Use of audiovisual material from the series of monthly reflections and motivation in users of the fanpage of radio Nuevo Tiempo, Peru 2021

- a. <https://orcid.org/0009-0004-2539-6491> Claudia Thais Suarez Vigo
- b. <https://orcid.org/0009-0008-4445-7869> Eliana Edelways Ramos Bendezu

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Universidad Peruana Unión

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el uso del material audiovisual de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021. La metodología de la investigación fue descriptiva, correlacional y transversal. La población estuvo conformada por 500 usuarios. La muestra se estableció utilizando la fórmula de muestreo probabilístico aleatorio simple empleada en censos, y a partir de los datos de la población, se obtuvieron a 217 usuarios como muestra que representa a un subgrupo de la población. Asimismo, se incluyó a usuarios que han aceptado el consentimiento informado. La investigación concluyó que las variables tienen una correlación positiva, directa y alta, con una $\rho = 0.840$ y p-valor inferior al 5%, lo que implica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, la cual menciona que las variables materiales audiovisuales y motivación se relacionan de manera significativa.

Palabras clave: *Uso de material audio visual, motivación, materiales auditivos, materiales interactivos, materiales visuales*

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the relationship that exists between the use of audiovisual material from the monthly reflection series and the motivation in the users of the fan page of radio Nuevo Tiempo, Perú 2021. The research methodology was descriptive, correlational and cross. The population was made up of 500 users. The sample was established using the simple random probabilistic sampling formula used in censuses, and from the population data, 217 users were obtained as a sample that represents a subgroup of the population. Likewise, users who have accepted informed consent were included. The research concluded that the variables have a positive, direct and high correlation, with a $\rho = 0.840$ and p-value less than 5%, which implies that the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is accepted, which mentions that the audiovisual material and motivation variables are significantly related.

Keywords: *Use of audiovisual material, motivation, auditory materials, interactive materials, visual materials*

INTRODUCCIÓN

Debido a la gran demanda de contenidos audiovisuales entre los usuarios, como herramienta didáctica en los hogares puede ayudar a entender concepciones, promover y/o fomentar su aprendizaje independiente, la misma que potenciaría la habilidad de aprender de los usuarios y así lograr posteriormente una mejor autonomía y amoldamiento social con valores; como también estudiar sus motivaciones permitirá mejorar las estrategias.

En esta investigación, pretendemos mejorar la aplicación del uso de herramientas digitales en las series de reflexiones mensuales. Asimismo, analizar la motivación en los usuarios de la radio Nuevo Tiempo, Perú 2021.

La población beneficiaria sería todos los usuarios de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021. Por consiguiente, los beneficios que traería serían las mejoras en la eficacia, la orientación a los usuarios en el uso de herramientas, como también mejoras en la apreciación de beneficio de los contenidos audiovisuales y el nivel de aprendizaje autónomo.

Con respecto a los antecedentes internacionales y nacionales, según Grande, (2020), el 90% considera que el material audiovisual proporciona la información adecuada del producto, sin embargo, el 10% se encuentran un poco de acuerdo con la cantidad de información brindada en el material. La resolución del material audiovisual es buena, mientras que el 10% considera que la resolución del material es media.

Gillanders et al., (2019) concluyeron que el desarrollo de los materiales tecnológicos ayuda a potenciar los conocimientos igualmente en la práctica, como es el caso, por ejemplo, del baile virtual como («A Muiñeira»).

Asimismo, Marcos & Moreno, (2019) señalan que el estudiante buscó reflexionar sobre lo aprendido, así como también sobre lo no aprendido. Además, consideraron en qué medida esto puede influir en sus posibilidades de un aprendizaje autónomo. En conclusión, existe relación entre las variables propósito del estudio.

En este sentido, Ramello (2019) concluyó que el resultado de los exámenes para el alumnado fue reflexivo y positivo. Asimismo, la buena utilización de los portafolios y al cual se le combina con material audiovisual, esta se ha convertido en una necesidad en las labores del docente y contribuye a tener impactos positivos en la sociedad. Por otro lado, Terraza & Vásquez (2018) concluyeron que se evidenció una influencia muy positiva en el aumento, lo que a su vez se traduce en una mejora en los procesos de aprendizaje.

En relación, Quiroz (2019) concluyó que el 12% del estudiantado se mostró motivado en el uso de materiales audiovisuales en el aula, el 8% casi siempre se sintió motivado, el 6% a veces, otro 6 % casi nunca, y, por último, el 10% nunca se sintió motivado. En cuanto al uso de materiales auditivos, el 9% de estudiantes siempre se sintió motivado al usarlos en el aula, el 5% casi siempre, el 4% a veces, el 7% casi nunca y, por último, el 10% nunca. Concluyó que después de aplicarse la respectiva prueba de hipótesis, se corroboró su validez; puesto que hay una relación favorable, conservadora y relevante entre las variables estudiadas.

Según Merino (2019), concluyó que se puede optimizar el proceso de enseñanza usando medios audiovisuales como herramientas de enseñanza, los

cuales serían preparados por el docente en concordancia con la materia. Sin embargo, J. Álvarez, (2015) llegó a concluir que las variables se relacionan significativamente en el proceso enseñanza-aprendizaje en los estudiantes. En este caso, Castillo & Ramos (2019) concluyeron que el 33,33% cree que el docente usa ineficientemente las herramientas audiovisuales, el 40,00% cree que no rebasan sus expectativas, y solo un 26,67% cree que el docente las aplica apropiadamente. Referente al uso de los medios audiovisuales, el estudiantado valora su aprendizaje en un 0,00% al inicio, 73,33% en proceso y un 26,67% como logro. En base a ello, el estudiantado cree que el docente debe optimizar el uso de medios audiovisuales, puesto que no consiguen incentivar el interés pleno, la resolución de problemas e inquietud de estos.

Con respecto al vacío del conocimiento, y después de haber analizado las investigaciones mencionadas en la investigación, se considera analizar y recomendar que se deberá profundizar en los análisis de contenido audiovisual, medición de la motivación, análisis estadístico y comparación de los resultados para mejorar la estrategia de contenido de la radio de Nuevo Tiempo y maximizar el impacto positivo en la motivación de los usuarios.

Algunos estudios demuestran la existencia del estudio de ambas variables. La primera es el uso del material audiovisual. Según Quiroz (2019), lo define como un conjunto de recursos de origen visual y auditivo que posibilita grandemente el desarrollo y avance de las competencias del estudiantado en el proceso de E-A. Asimismo, Monclús (2012) lo define como recursos tecnológicos cuya aplicación posibilita incrementar los sentidos visual y auditivo de manera permanente con el transcurrir del tiempo. Por otra parte, Aguaded & Martínez (1998) lo define como un

conjunto de técnicas visuales o auditivas que contribuyen con la enseñanza, implicando una fluida cognición e interpretación de lo que se desea transmitir.

Con respecto a los modelos teóricos de la variable comunidad virtual, son los siguientes. Según, Esquivel (2014), el aula o modelo invertidos de aprendizaje, también conocido en siglas en inglés como Inverted o Flipped Classroom Model (ICM/FCM) o también llamado modelo teórico de la comunidad virtual, la misma que ha tenido gran aceptación en las escuelas norteamericanas y en la plana docente, convirtiéndose en una propuesta tecnológica de enseñanza/aprendizaje. Asimismo, representa el medio para lograr las competencias digitales con las que debe contar un sujeto actualmente. Además, las Tics encargan dos misiones a la educación: estar a la altura de los nuevos requerimientos de los ciudadanos digitales con la inclusión de esquemas de aprendizaje autónomos y proveer herramientas de inclusión y alfabetización digital a los sectores de recursos limitados. Una labor del docente será clasificar los contenidos de aprendizaje directo (videoconferencia) de los de experimentación aplicando un método centrado en el alumnado. Para ello se debe informar al alumnado de los objetivos, planeación, adiestramiento en la utilización del módulo, posibilitando su progreso, así como la evaluación de acuerdo con el progreso individual. En la sesión presencial, exponer diversos formatos de material multimedia de acceso libre con la posibilidad de que el alumnado elija el que mejor se adapte a su ritmo de aprendizaje. Al mismo tiempo proveer material impreso y cuestionarios en la que registrarán lo experimentado en sus visualizaciones.

Caicedo (2020) Modelo de enfoque del conocimiento tecnológico pedagógico del contenido TPACK (Technological Pedagogical Content Knowledge) (Koehler et al., 2007). Este modelo se desarrolló en base a lo propuesto por Shulman (1986; 1987), el cual se denominó: el Conocimiento Pedagógico del Contenido (PCK). Este

autor sostenía que los educadores deberían tener cognición pedagógica y de la disciplina. Por ello, la labor formativa del docente debe posibilitar e incentivar la participación creativa y práctica del alumnado. El modelo interrelaciona el saber qué (el contenido) con el saber cómo (la pedagogía) y el saber con qué y dónde (la tecnología en red). Este contexto tecno/pedagógico está en plena confección en la que diversos educadores buscan adaptar, desarrollar y compartir estos recursos en su día a día educativo, dándole un sentido relevante en base al para qué enseñar y aprender (Koehler et al., 2007; Mishra y Koehler, 2006; Fundación Telefónica, 2013). Asimismo, el modelo identifica los tipos de conocimiento que requiere un profesor para incorporar de manera eficaz las TIC al currículo. Este modelo es producto de la interacción y diálogo que se da entre los conocimientos básicos: Contenido (CK), Pedagógico (PK), y Tecnológico (TK).

El modelo TPACK de Koehler y Mishra (2009) permitió identificar cuál es el conocimiento tecnológico que tienen las docentes, integrado a su saber disciplinar y pedagógico, permitiendo establecer los retos y las posibilidades que se les presentan a las profesoras para integrar las TIC a su práctica.

Con respecto a las dimensiones del uso de material audiovisual, son las siguientes:

Materiales auditivos

Según Gibon (2005), citado por Arrunátegui (2018), son aquellos materiales que producen sonidos que favorecen el desarrollo de las habilidades auditivas relacionadas con el desarrollo oral, como la comprensión auditiva y la producción oral.

Materiales visuales

PALTEX (1984): Son aquellos que expresan mensajes a través de imágenes, incluyendo aquellos que se combinan con la palabra escrita y con objetos reales existentes en la localidad.

Materiales interactivos

Álvarez (2016): el material didáctico interactivo potencia el aprendizaje de idiomas al fomentar la exploración y manipulación activa de los estudiantes. Al permitirles interactuar con elementos multimedia como botones y opciones, se logra un proceso de enseñanza-aprendizaje más enriquecedor y participativo.

Con respecto a la definición de la variable Motivación, según Rodríguez & Huertas (2000), es el conjunto de razonamientos que detallan las acciones de un sujeto, o bien el detalle de la razón o razones por las que se ejecuta un acto. Según Locke & Latham (2004), refiere a factores intrínsecos que promueven la acción y a factores extrínsecos que actúan como incentivos. Los tres factores de la acción influenciados por la motivación son: dirección (elección), intensidad (esfuerzo) y duración (persistencia). Asimismo, Robbins & Judge (2000) afirma que es el deseo esforzado para lograr las metas de la compañía, supeditado por la probabilidad de que satisfaga determinada necesidad personal. Sin embargo, Manjarrez et al. (2020) se refiere a ella como un proceso psicológico que se vincula con el estímulo (amplitud), dirección y perseverancia conductual. García et al. (2016) la define como el proceso que acciona, direcciona, fortalece y conserva la conducta de los sujetos, direccionándolos a los objetivos planeados.

Modelos teóricos de la variable de motivación. Según Araya-Castillo & Pedreros-Gajardo (2013), menciona a Maslow (1991), quien sostiene que los sujetos se hayan motivados por 5 clases de necesidades: de tipo fisiológico (alimentación,

agua y abrigo), de seguridad (protección, orden y estabilidad), social (afecto, amistad y sentido de pertenencia), autoestima (prestigio, status y autoestima) y autorrealización (autosatisfacción), las cuales están organizadas de acuerdo a un orden prioritario.

Alderfer (1969) en su teoría motivacional, refiere que se basa en la Teoría de Maslow, a pesar de ello efectúa ciertas críticas a la Teoría de Maslow (Naranjo, 2009) lo que deriva a una diferenciación de su estudio en 3 elementos (Bonillo y Nieto, 2002). Primero, simplifica las cinco necesidades de Maslow a solo tres: existencia (necesidad de bienestar físico), relación (relaciones interpersonales) y crecimiento (desarrollo y crecimiento personal). Segundo, sostiene que, ante el surgimiento de una nueva necesidad, no es prioritario satisfacer las inferiores. Y tercero, descubrió que el movimiento jerárquico de necesidades es libre en cuanto a su orden de atención.

La Teoría de Herzberg (Herzberg et al., 1959) se enfoca en centrar su interés en el trabajo en sí mismo como pilar primordial de satisfacción. Resalta la relevancia de las singularidades del puesto y la práctica organizacional (S. Robbins & Coulter, 2010). Herzberg sostenía que el trabajo es la actividad más relevante de la persona (Batista, Gálvez e Hinojosa, 2010). Llegó a concluir que la satisfacción y la insatisfacción laboral son el resultado de diferentes experiencias (modelo de dos factores). En otras palabras, Herzberg determinó que los elementos que causan insatisfacción en los colaboradores son de naturaleza completamente distinta de los elementos que causan satisfacción (Brunstein, Romero y Albarrán, 2007). Asimismo, los elementos que causan satisfacción se identifican como intrínsecos, motivadores o satisfactores (trabajo, responsabilidad, reconocimiento), y de igual modo, los

elementos que causan insatisfacción se identifican como extrínsecos, de higiene, insatisfactorios o de apoyo (interrelación laboral, salarios) (Bonillo y Nieto, 2002).

Según (Araya-Castillo & Pedreros-Gajardo, 2013), se refiere a la existencia de 3 motivaciones en los sujetos: necesidad de logro, afiliación y poder. Ciertos autores afirman que estas son motivaciones sociales, ya que son inconscientes y se originan a partir de su interacción con el entorno, incidiendo de manera crítica en su desempeño laboral (Naranjo, 2009). En base a ello, los individuos con una alta necesidad de logro tratan de ser eficientes en su trabajo con el propósito de diferenciarse y disfrutan asumiendo responsabilidades. De manera similar, aquellos que sienten una alta necesidad de poder tratan de someter a los demás. Por otro lado, los sujetos con una alta necesidad de afiliación valoran la calidad de sus relaciones personales (Santrock, 2002). La afiliación se asemeja a la necesidad social de Maslow, mientras que el logro hace referencia a ciertos aspectos de la autoestima o la autorrealización (Daft, 2004).

En cuanto a sus dimensiones, se menciona la Amotivación. Según Méndez (2020), es la ausencia de motivación absoluta, mientras que la desmotivación es un estado en el que la persona estuvo motivada y, por alguna razón, perdió el interés. Se concluye que la motivación está expuesta a cambios en las fuerzas positivas y negativas, y que la intensidad con la que se presentan estas fuerzas afecta el comportamiento del estudiante.

Motivación de logro extrínseca, regulación introyectada. La motivación donde se entiende la razón de una conducta, pero que sigue necesitando presión de factores externos (Martínez, 2019).

Motivación de logro intrínseca al conocimiento. La satisfacción por la búsqueda y adquisición de nuevo conocimiento (Martínez, 2019).

Motivación de logro intrínseca a las metas. La motivación que genera en el individuo satisfacción cuando este logra alcanzar una meta u objetivo (Martínez, 2019).

Motivación de logro extrínseca, regulación identificada. La motivación más autodeterminada, sin embargo, el individuo busca a través de su conducta un premio (Martínez, 2019).

Usuarios del Fanpage

NeoAttack, (2022) menciona que un fan page o página de Facebook es una unidad creativa que se encuentra inmersa en la red social y que imita a un canal de comunicación con respecto a una marca para seguidores. Asimismo, es un medio de interacción de la empresa con los clientes a través del Facebook. Atendiendo a estas consideraciones, se informan de las novedades, se hacen consultas y ha generado importancia debido precisamente al proceso.

Santillán et al. (2012) menciona que los contenidos publicados en Facebook llegan de forma rápida a los sujetos interesados. El alcance es transcultural y se puede gestionar a través de herramientas gratuitas.

Cahuantico & Yucra, (2019) mencionan que el fan page aplicado a las empresas no deja de ser sugerente, diáfana y beneficiosa, tal como deben ser todas las páginas de Facebook, ya que el éxito está en conseguir clientes potenciales brindándoles ciertos beneficios. Es así que, tras el análisis teórico y sus tentativos, se propuso por objeto central determinar la relación que existe entre el uso del material

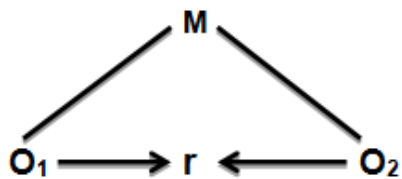
audiovisual de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021.

MÉTODO

Diseño Metodológico

Este trabajo de investigación concierne al diseño no experimental de tipo descriptivo y correlacional, ya que la información es recopilada en un único momento, en un tiempo exclusivo con la finalidad de detallar las variables de estudio (Hernández et al., 2010). Es descriptiva, porque la investigación evidenciará características de cada variable que interviene en el estudio, y será correlacional porque determinará el coeficiente de correlación entre las variables de estudio (Hernández et al., 2010).

Se trabajó bajo el siguiente diagrama:



Donde:

M: Usuarios de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021

O1: Variable 1: Uso del material audiovisual de las series de reflexiones mensuales

O2: Variable 2: la motivación

r: Relación que existe entre el uso del material audiovisual de las series de reflexiones mensuales y la motivación de los usuarios del fanpage

Diseño muestral

Para Tamayo y Tamayo (2004), la población se define como el universo del hecho a investigar, en el cual las unidades de población cuentan con una cualidad ordinaria que se evalúa y recopila. La población del estudio está conformada por 500 usuarios. Asimismo, Hernández Sampieri (2014) define la muestra con un

subconjunto tomado de la población la cual refiere tener las mismas características, además de ser representativa y adecuada. Para nuestra investigación, la muestra en este trabajo de investigación estará compuesta por un total de 217 usuarios de la radio de Nuevo Tiempo.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Z^2 pq + E^2 N}$$
$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 500}{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 + 0.05^2 \times 500}$$
$$n = 217.28$$

Donde:

Z: Nivel de confianza 95% → Z=1.96

P: Proporción de aciertos: 0.5

Q: Proporción de desaciertos: 0.5

N: Población 500

E: Error del 5%

Técnicas de Recolección de Datos

a) Técnica: La encuesta es un proceso que posibilita investigar cuestiones relacionadas con la subjetividad y obtener datos de un sector relevante de la población, lo que facilitaría la investigación de la opinión técnica y jurídica de los operadores de justicia, así como los valores, temas de relevancia científica en las sociedades democráticas (Duque, 2005). La técnica que se empleará será el cuestionario.

b) Instrumento: Cuestionario. Es un documento que reúne de forma organizada los indicadores de las variables involucradas con el propósito de la encuesta (Casas et al.,2003).

Quiroz (2019) describe la variable “Uso de materiales audiovisuales” cuenta con las siguientes dimensiones: materiales auditivos (5), materiales visuales (4), materiales interactivos (5), con la escala de Likert: Nunca (1), casi nunca (2), algunas veces (2), a menudo (3), siempre (4).

Becerra y Morales (2015) mencionan la validación del instrumento motivación, el cual cuenta con las siguientes dimensiones: (1) motivación de logro intrínseca, (2) motivación de logro extrínseca, (3) motivación de logro intrínseca con las metas, (4) automotivación, (5) motivación de logro extrínseca, regulación identificada, (6) motivación de logro regulación identificado con regulación externa. Este instrumento utiliza una escala de Likert que incluye las opciones: Nunca, casi nunca, algunas veces, a menudo y siempre.

Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información

a) Validación de expertos

Es indispensable aclarar que para validación de los instrumentos se requirió el juicio de expertos, concretándose la participación de tres magísteres entendidos del tema, los cuales examinaron minuciosamente, con transparencia e importancia, los ítems, indicadores y dimensiones expuestos.

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	VALOR
1	Dr. Iván Apaza Romero.	100
2	Dr. Abraham Josue Horna Rubio	100
3	Lic. Nick Josías Brañez Medrano	90
	Total	97%

b) Confiabilidad

Se efectuará mediante el método de consistencia interna de Alfa de Cronbach con el uso del SPSS v25. En la medición de la confiabilidad de los instrumentos que serán utilizados en el estudio se efectuará con la prueba piloto a 30 usuarios de la radio de Nuevo Tiempo, para ello se utilizará los coeficientes de Alfa de Cronbach. En el presente caso se utilizó un cuestionario con su respectiva escala de Likert que se aplicó a ambas variables. Tal como se puede observar en las tablas de las variables (George & Mallery, 2003).

Tabla 1: Prueba de confiabilidad del material audiovisual

Estadísticas de fiabilidad

<i>Alfa de Cronbach</i>	N de elementos
0.940	14

La tabla 1 expone el coeficiente de confiabilidad de instrumento (escala entre 0.75 y 0.95) que mide el nivel de confiabilidad del instrumento mediante una prueba piloto a través del alfa de Cronbach en la que se consiguió un coeficiente de 0.940, reflejando una buena consistencia interna alta aceptable. Asimismo (ver anexo) se aprecia que los ítems muestran una medición parecida al instrumento; en consecuencia, no necesita prescindir de ningún elemento ni mucho menos modificarse.

Tabla 2: Prueba de confiabilidad de la variable motivación

Estadísticas de fiabilidad

<i>Alfa de Cronbach</i>	N de elementos
0.836	14

La tabla 2 expone el coeficiente de confiabilidad de instrumento (escala entre 0.75 y 0.95) que mide el nivel de confiabilidad del instrumento mediante una prueba piloto a través del alfa de Cronbach en la que se consiguió un coeficiente de 0.836, reflejando una buena consistencia interna alta aceptable. Asimismo (ver anexo) se aprecia que los ítems muestran una medición parecida al instrumento; en consecuencia, no necesita prescindir de ningún elemento ni mucho menos modificarse.

C) Procesamiento y análisis de datos

Se aplicará el estudio cuantitativo concluyente apoyándose en la estadística descriptiva y tablas de frecuencias, para una mayor precisión y análisis de los datos conseguidos. Después de su respectiva prueba, se empleará la estadística no paramétrica, lo cual incluye pruebas de hipótesis y los coeficientes de correlación de Spearman.

RESULTADOS

La tabla 1 muestra la prueba de normalidad a partir del estadístico Kolmogorov-Smirnov, el cual se utiliza cuando se tienen muestras superiores a 50. Asimismo, muestra p-valores inferiores al 5%. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, la cual indica que las variables, así como las dimensiones, no se distribuyen de manera normal. En consecuencia, se usará la prueba no paramétrica de correlación Rho de Spearman.

Ho: Las variables se distribuyen de manera normal

Hi: Las variables no se distribuyen de manera normal

Tabla 1
Prueba de normalidad de las variables

<i>Pruebas de normalidad</i>	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>		
	Estadístico	gl	Sig.
<i>Auditivos</i>	0.149	217	0.000
<i>Visuales</i>	0.109	217	0.000
<i>Interactivos</i>	0.152	217	0.000
MATERIALES AUDIOVISUALES	0.119	217	0.000
<i>Motivación de logro intrínseca al conocimiento</i>	0.153	217	0.000
<i>Motivación de logro extrínseca, regulación introyectada</i>	0.179	217	0.000
<i>Motivación de logro intrínseca a las metas</i>	0.188	217	0.000
<i>Amotivación</i>	0.174	217	0.000
<i>Motivación de logro extrínseca, regulación identificada</i>	0.224	217	0.000
<i>Motivación de logro extrínseca, regulación externa</i>	0.428	217	0.000
MOTIVACIÓN	0.124	217	0.000

La tabla 2 nos muestra que las variables tienen una correlación positiva, directa y alta, con una rho = 0.840 y p-valor inferior al 5%. Esto implica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, la cual menciona que las variables materiales audiovisuales y motivación se relacionan de manera significativa.

Asimismo, la figura 1 muestra que las variables tienen una tendencia positiva y directa, lo que significa que a medida que los puntajes de los materiales audiovisuales aumentan, los puntajes de la motivación también lo hacen, y viceversa.

Ho: El uso del material audiovisual de las series de reflexiones mensuales no se relaciona significativamente con la motivación del fan page de los usuarios de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021

Hi: El uso del material audiovisual de las series de reflexiones mensuales se relaciona significativamente con la motivación del fan page de los usuarios de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021

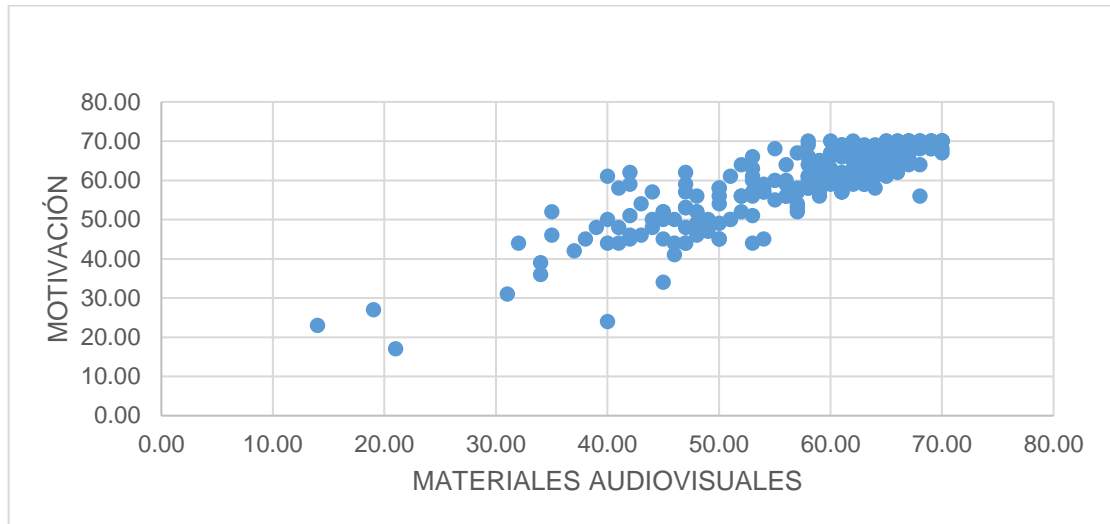
Tabla 2

Relación entre el uso del material audiovisual de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021.

<i>Rho de Spearman</i>		<i>Materiales Audiovisuales</i>	<i>Motivación</i>
<i>Materiales Audiovisuales</i>	Coeficiente de correlación	1.000	,840**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	217	217
<i>Motivación</i>	Coeficiente de correlación	,840**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	217	217

Figura 1

Diagrama de dispersión entre el uso del material audiovisual de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021



La tabla 3 nos muestra que las variables tienen una correlación positiva, directa y moderada, con una $\rho = 0.738$ y p-valor inferior al 5%. Esto implica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación específica, la cual menciona que las variables materiales audiovisuales en la dimensión material auditivo y motivación se relacionan de manera significativa. Asimismo, la figura 2 muestra que las variables tienen una tendencia positiva y directa, lo significa que a medida que los puntajes de los materiales auditivos aumentan, los puntajes de la motivación también lo hacen, y viceversa.

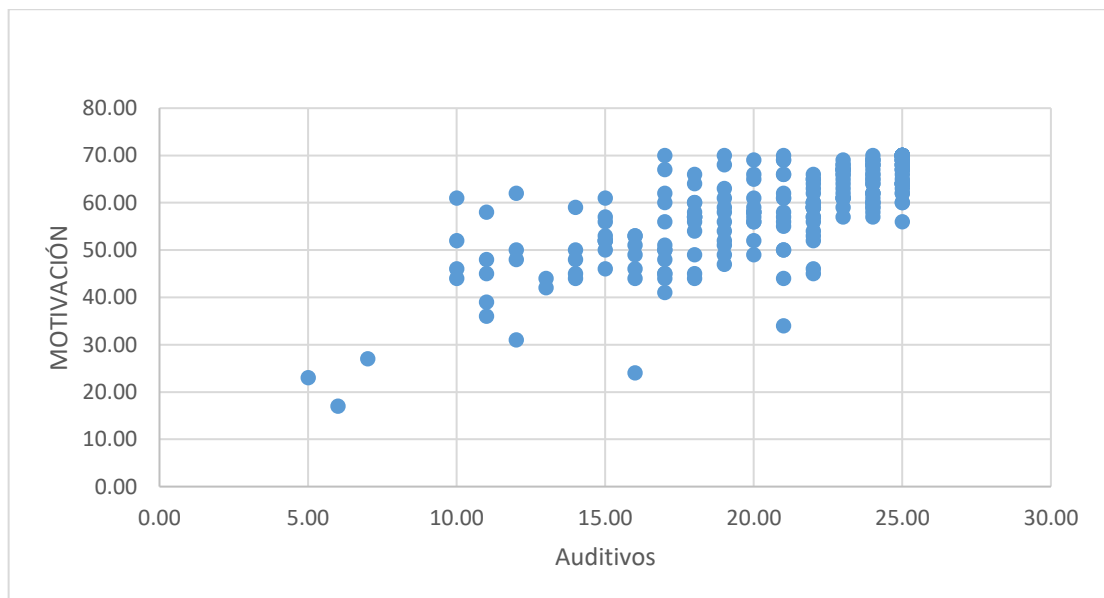
Tabla 3

Relación entre el uso del material auditivo de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021.

<i>Rho de Spearman</i>		<i>MOTIVACIÓN</i>	<i>Auditivos</i>
<i>MOTIVACIÓN</i>	Coeficiente de correlación	de 1.000	,738**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	217	217
<i>Auditivos</i>	Coeficiente de correlación	de ,738**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	217	217

Figura 2

Diagrama de dispersión entre el uso del material auditivo de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021



La tabla 4 nos muestra que las variables tienen una correlación positiva, directa y moderada, con una rho = 0.767 y p-valor inferior al 5%. Esto implica que se rechaza

la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación específica, la cual menciona que las variables materiales audiovisuales en la dimensión material visual y motivación se relacionan de manera significativa. Asimismo, la figura 3 muestra que las variables tienen una tendencia positiva y directa, lo que significa que a medida que los puntajes de los materiales visuales aumentan, los puntajes de la motivación también lo hacen, y viceversa.

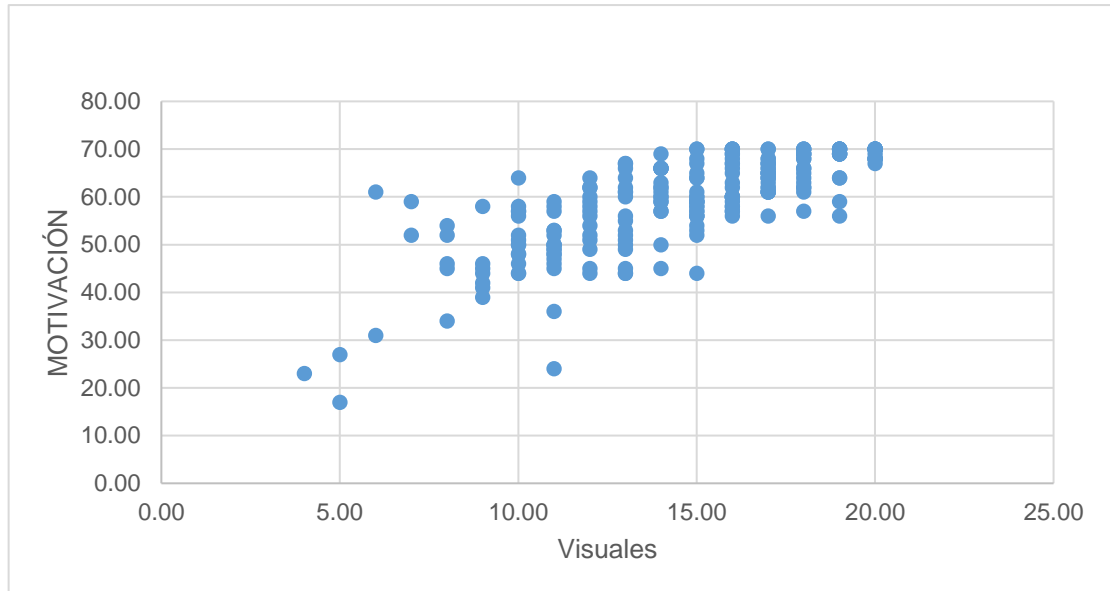
Tabla 4

Relación entre el uso de materiales visuales de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021

<i>Rho de Spearman</i>		<i>MOTIVACIÓN</i>	<i>Visuales</i>
<i>MOTIVACIÓN</i>	Coeficiente de correlación	de 1.000	,767**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	217	217
<i>Visuales</i>	Coeficiente de correlación	de ,767**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	217	217

Figura 3

Diagrama de dispersión entre el uso de materiales visuales de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021



La tabla 5, nos muestra que las variables tienen una correlación positiva, directa y moderada, con una $\rho = 0.767$ y p-valor inferior al 5%. Esto implica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación específica, la cual menciona que las variables materiales audiovisuales en la dimensión material interactivo y motivación se relacionan de manera significativa. Asimismo, la figura 4 muestra que las variables tienen una tendencia positiva y directa, lo que quiere decir que a medida que los puntajes de los materiales interactivos aumentan, los puntajes de la motivación también lo hacen, y viceversa.

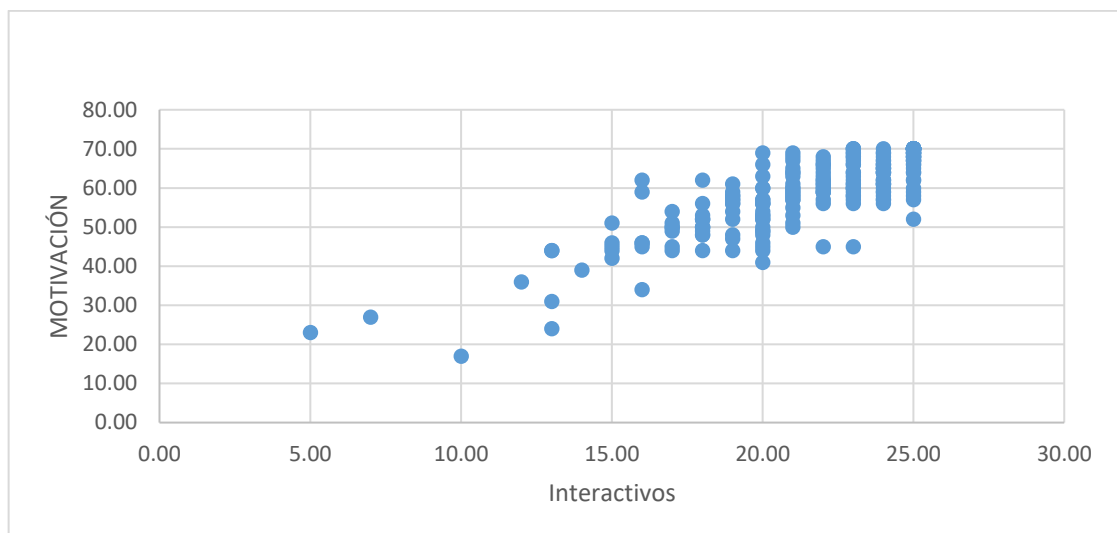
Tabla 5

Relación entre el uso del material interactivo de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021

<i>Rho de Spearman</i>		<i>MOTIVACIÓN</i>	<i>Interactivos</i>
<i>MOTIVACIÓN</i>	Coeficiente de correlación	1.000	,781**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	217	217
<i>Interactivos</i>	Coeficiente de correlación	,781**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	217	217

Figura 4

Diagrama de dispersión entre el uso del material interactivo de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021



}

DISCUSIÓN

Con respecto a la hipótesis general: Las variables materiales audiovisuales y motivación se relacionan de manera significativa. Se muestra que las variables tienen una correlación positiva, directa y alta con una $\rho = 0.840$ y p-valor inferior al 5%, lo que implica una relación significativa. Asimismo, Ramello (2019) concluyó que el resultado de los exámenes de los alumnos fue reflexivo y positivo. Además, la buena utilización de los portafolios, combinados con material audiovisual, se ha convertido en una necesidad en las labores del docente y ha tenido impactos positivos en la sociedad.

Con respecto a la hipótesis específica 1: Las variables materiales audiovisuales en la dimensión material auditivo y motivación se relacionan de manera positiva, directa y moderada con una $\rho = 0.738$ y p-valor inferior al 5%. Según Álvarez (2015), concluyó que las variables se relacionan significativamente con el proceso de enseñanza-aprendizaje en los estudiantes. En este caso, Castillo & Ramos (2019) concluyeron que el 33,33% cree que el docente usa ineficientemente las herramientas audiovisuales, el 40% cree que no rebasan sus expectativas y solo un 27 % cree que el docente los aplica apropiadamente. En cuanto al uso de los medios audiovisuales, el estudiantado valora su aprendizaje con un 0,00% al inicio, 73% en proceso y un 27% como logro.

Con respecto a la hipótesis 2: Con respecto al uso de materiales visuales de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021, se muestra que las variables tienen una correlación positiva, directa y moderada con una $\rho = 0.767$ y p-valor inferior al 5%. Según Marcos & Moreno, (2019), concluyeron que buscaban reflexionar sobre lo aprendido, así como lo no aprendido, y cuánto esto puede reflejar sus potencialidades

de un aprendizaje con autonomía. En conclusión, existe relación entre las variables propósito del estudio. Por otro lado, Terraza & Vásquez (2018) concluyeron que se evidencia una influencia muy positiva en ascenso y, por lo tanto, una mejora en los procesos de aprendizaje. En relación, Quiroz (2019), los resultados evidenciaron que el 12 por ciento del estudiantado se mostró motivado en el uso de materiales audiovisuales en el aula.

Con respecto a la hipótesis 3: Con respecto al uso del material interactivo de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021, se muestra que las variables tienen una correlación positiva, directa y moderada con una $\rho = 0.767$ y p-valor inferior al 5%. Según Castillo & Ramos (2019), su conclusión fue que el 33% cree que el docente usa ineficientemente las herramientas audiovisuales, 40% cree que no rebasan sus expectativas y solo un 27% cree que el docente las aplica apropiadamente.

CONCLUSIONES

Según la investigación realizada, se concluye que existe una correlación positiva, directa y alta con una $\rho = 0.840$ y p-valor inferior al 5%, lo que implica una relación significativa con respecto a los materiales audiovisuales y la motivación

Según la investigación específica 1, se concluye que existe una relación positiva, directa y moderada, con una $\rho = 0.738$ y p-valor inferior al 5%, lo que implica una relación entre la dimensión material auditivo y la motivación.

Según la investigación específica 2, se concluye que existe relación correlación positiva, directa y moderada, con una $\rho = 0.767$ y p-valor inferior al 5%, con respecto al uso de materiales visuales de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo.

Según la investigación realizada, se muestra que las variables tienen una correlación positiva, directa y moderada, con una $\rho = 0.767$ y p-valor inferior al 5%, con respecto al uso del material interactivo de las series de reflexiones mensuales y la motivación en los usuarios del fan page de la radio de Nuevo Tiempo, Perú 2021.

Se recomienda lo siguiente: que se haga uso de la diversificación de materiales, ofreciendo una variedad de materiales audiovisuales, incluyendo elementos visuales y auditivos, para abordar diferentes estilos de aprendizaje y preferencias de los usuarios. Asimismo, preocuparse por la interactividad, es decir, integrar elementos interactivos en los materiales, como cuestionarios, ejercicios prácticos y oportunidades para la participación activa. Esto fomentará la implicación directa del usuario.

Permitir a los usuarios elegir entre diferentes enfoques y temas dentro de los materiales audiovisuales, de modo que puedan seleccionar lo que más les interese y se adapte a sus necesidades.

Incorporar mecanismos para brindar retroalimentación inmediata sobre el progreso y logros del usuario al interactuar con los materiales. Además, reconocer los logros de manera visible, como insignias virtuales o puntos acumulados, lo cual puede aumentar la sensación de éxito y motivación. Generar una evaluación continua, monitoreando y evaluando regularmente la efectividad de los materiales audiovisuales en términos de su impacto en la motivación y el logro de los objetivos deseados.

Al diseñar y aplicar estrategias que incorporen estos elementos, es posible cultivar una mayor motivación y compromiso entre los usuarios, promoviendo así un aprendizaje más efectivo y una participación más activa.

REFERENCIAS

- Aguaded, I., & Martínez, E. (1998). *Medios, recursos y tecnología didáctica para la Formación Profesional*. 5.
- Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(2), 142-175.
[https://doi.org/10.1016/0030-5073\(69\)90004-X](https://doi.org/10.1016/0030-5073(69)90004-X)
- Álvarez, J. (2015). El uso de los medios audiovisuales y su influencia en las estrategias didácticas durante el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes de noveno y décimo año de educación básica del colegio Técnico Bethel del Valle de la Parroquia Yaruquí, Quito. En *Universidad Tecnica de Ambato*. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12119/1/FCHE-EBS-1466.pdf>
- Álvarez, M. (2016). *Material didáctico interactivo y su incidencia en el proceso de enseñanza – aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes de tercero de bachillerato de la unidad educativa “23 de junio” del Cantón Baba, provincia de Los Ríos, periodo lectivo 2015 – 201*.
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/1924/P-UTB-FCJSE-IDM-000022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Araya-Castillo, L., & Pedreros-Gajardo, M. (2013). Análisis de las teorías de motivación de contenido: una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2009. *Revista de Ciencias Sociales*, 0, 142: 45-63.
<https://doi.org/10.15517/rcs.v0i142.14301>
- Arrunátegui, M. T. (2018). La autoestima y el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes de educación secundaria de la I.E. Reino de España, Barranco, 2017. En *Repositorio Institucional - UCV*.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/13997/Arrunátegui_MMT.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cahuantico, E., & Yucra, J. (2019). *La funcionalidad del fan page y su relación con el estado de flujo del usuario digital de la Escuela Peruana de Salud Pública, Arequipa 2018*.

https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2335/Eddie_Cahuantico_Joseline_Yucra_Tesis_Titulo_Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Casas, J., Repullo, J. R., & Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527-538. [https://doi.org/10.1016/s0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/s0212-6567(03)70728-8)

Castillo, A., & Ramos, M. (2019). El uso de los medios audiovisuales por los docentes y su relación con el aprendizaje en los estudiantes del segundo ciclo - Historia y Geografía - de la facultad de ciencias sociales y educación en la UNP, 2018. En *Universidad Nacional de Piura*. <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1814/EDU-CAS-PEÑ-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Duque. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. (*Prueba*) *Innovar (Prueba)*, 15(25), 64-80. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

Esquivel, I. (2014). *Los Modelos Tecno-Educativos, revolucionando el aprendizaje del siglo XXI* (Primera ed). https://www.researchgate.net/publication/280301257_Los_Modelos_Tecno-Educativos_revolucionando_el_aprendizaje_del_siglo_XXI

García, D., Londoño, C., & Ortiz, L. (2016). *Factores internos y externos que inciden en la motivación laboral*. 8, 1-9. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/326981/20784207>

George, & Mallery. (2003). Alfa de Cronbach y consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. *Universidad de Valencia*, 1(1), 1-3. https://www.academia.edu/14555316/Alfa_de_Cronbach_y_consistencia_interna_de_los_ítems_de_un_instrumento_de_medida

Gillanders, C., Rodríguez, J., & Eirín, R. (2019). Impacto del uso de materiales audiovisuales para el aprendizaje de danzas y bailes tradicionales en la formación de estudiantes universitarios. *RELATEC : revista latinoamericana de*

tecnología educativa, 18(2), 101-116. <https://doi.org/10.17398/1695-288X.18.2.101>

Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quita edic).

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodologia de la investigacion* (6ª edición). <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Herzberg, F., Mausner, B., Snyderman, B., & Wiley, J. (1959). *The Motivation to work*. 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.7202/1022040ar>

Koehler, M. J., Mishra, P., & Cain, W. (2007). What is Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK)? *Journal of Education*, 193(3), 13-19. <https://doi.org/10.1177/002205741319300303>

Locke, E. A., & Latham, G. P. (2004). What Should We Do about Motivation Theory? Six Recommendations for the Twenty-First Century. *The Academy of Management Review*, 29(3), 388. <https://doi.org/10.2307/20159050>

Manjarrez, N., Boza, J., & Mendoza, E. (2020). La motivación en el desempeño laboral de los empleados de los hoteles en el Canton Quecedo, Ecuador. *Akrab Juara*, 5(1), 43-54. <http://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/919>

Marcos, M., & Moreno, M. (2019). La influencia de los recursos audiovisuales para el aprendizaje autónomo en el aula. *Disertaciones*, 13(1), 97-117.

Martínez, M. (2019). *Relación entre motivación y rendimiento académico en estudiantes de la preparatoria oficial Número 331, Zumpango, EDO. México*. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/106128/10.+2019+tesis+Mario+motivacion.pdf?sequence=1>

Maslow, A. H. (1991). Motivación y personalidad. En J. Bravo (Ed.), *Motivación y personalidad* (Ediciones). <https://bataloso.com/wp-content/uploads/2021/09/Maslow-Abraham-Motivacion-Y-Personalidad.pdf>

Méndez, M. del C. (2020). Aproximación a la amotivación y la desmotivación en el aprendizaje de contenidos a través del inglés como medio de instrucción (EMI)

en la enseñanza superior en una universidad española. *Dialnet*, 1(23), 95-123.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7760280>

Merino, M. (2019). Efecto del uso de medios audiovisuales en proceso de enseñanza para mejorar el rendimiento académico en estudiantes de ingeniería en una universidad privada de Lima. En *Universidad Peruana Cayetano Heredia* (Vol. 3).

https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/7356/Efecto_MerinoAzursa_Meyer.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Monclús, A. G. (2012). Los medios audiovisuales. Concepto y tendencia de uso en el aula. *Cuaderns Digitals*, 14, 1-8.

http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=774

Naranjo Pereira, M. L. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33(2), 153. <https://doi.org/10.15517/revedu.v33i2.510>

NeoAttack. (2022). *Concepto de Fan Page*. NeoAttack.
<https://neoattack.com/neowiki/fan-page/>

PALTEX. (1984). *Guía para el diseño, utilización y evaluación de material educativo en salud*. [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/3285/Guia para el dise%C3%B1o%20y%20evaluaci%C3%B3n%20de%20materiales%20educativos%20de%20salud.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=audiovisuales e impresos.-,4.1](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/3285/Guia%20para%20dise%C3%B1o%20y%20evaluaci%C3%B3n%20de%20materiales%20educativos%20de%20salud.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=audiovisuales%20e%20impresos.-,4.1)
Material visual, reales existentes en la localidad

Quiroz, D. E. (2019). Uso de materiales audiovisuales y motivación en estudiantes del curso de inglés de quinto grado de secundaria, colegio Leguía, Puente Piedra, 2019. *Universidad Cesar Vallejo*, 150.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/38645>

Ramello, A. (2019). El uso de materiales audiovisuales y recursos digitales en la docencia universitaria: una experiencia de innovación a nivel de posgrado. *REDU. Revista de Docencia Universitaria*, 17(1), 167.
<https://doi.org/10.4995/redu.2019.9894>

- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). Administración. En *Economía* (Vol. 0, Número 12). <https://www.ceut.edu.mx/Biblioteca/books/Administración/Administración-Robbins.pdf>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2000). *Comportamiento Organizacional* (DECIMOTERC). PEARSON E.
[https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS
S comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf](https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf)
- Rodríguez, M., & Huertas, J. (2000). Motivación y cambio conceptual. *Tarbiya, January*, 51-71. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/31601>
- Santillán, A., Cornejo, C., & Ausín, S. (2012). Las Fan Page de Facebook como medio de difusión de la Enfermería Basada en la Evidencia. *Enfermería Global*, 11(4), 74-81. <https://doi.org/10.6018/eglobal.11.4.140401>
- Tamayo y Tamayo. (2003). *El proceso de la investigación científica* (pp. 59-64). [https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/874e481a4235e3e6a8e3e4380d7a
db1c.pdf](https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/874e481a4235e3e6a8e3e4380d7adb1c.pdf)