



# Medir las habilidades para el éxito del alumnado

## Una revisión de la bibliografía sobre la agencia del alumnado

La agencia del alumnado es una habilidad fundamental en la actual era de la información. A medida que la tecnología continúa acelerando las expectativas de aprendizaje e impulsando el cambio, se vuelve indispensable tener la capacidad de tomar decisiones de manera independiente, autorregularse y adaptarse a entornos complejos y en constante evolución. El Foro Económico Mundial destaca la importancia de la resiliencia, la flexibilidad, la agilidad, la autoconciencia y la motivación —habilidades clave asociadas a la agencia del alumnado— para alcanzar el éxito en el ámbito laboral.



### ¿Qué es la agencia del alumnado?

Es la capacidad de ejercer control sobre la motivación, la acción y los procesos de pensamiento propios.

## ¿Es general la agencia del alumnado o se refiere a un ámbito específico?

Esta agencia se manifiesta en distintos ámbitos de manera general y específica. El alumnado puede poner en práctica y fortalecer su agencia en diversos ámbitos del conocimiento y entornos de aprendizaje, mediante el establecimiento de metas, la creación de planes, el seguimiento del progreso, la adaptación a los contratiempos, la reflexión sobre sus experiencias de aprendizaje y la evaluación de estas experiencias. El conocimiento de los contenidos y la complejidad de las tareas también influyen en el modo de expresar la agencia del alumnado. Por ejemplo, un alumno/a con conocimientos limitados en un ámbito específico puede tener dificultades para completar una tarea, independientemente de sus buenas habilidades de planificación.

Sin embargo, existen escasas pruebas sobre cómo se manifiesta la agencia del alumnado en distintos ámbitos académicos. Se necesitan más investigaciones para comprender plenamente cómo varía según el contexto de aprendizaje y de qué manera su fomento en un ámbito puede transferirse a otros.

## ¿Cómo se desarrolla la agencia del alumnado durante la infancia?

La agencia se desarrolla a través de una relación recíproca entre factores ambientales, factores personales y conductas observadas.

- Los **factores ambientales** representan las influencias sociales, normas culturales y contextos situacionales que influyen en la conducta. En un entorno escolar, las influencias positivas del ambiente incluyen el apoyo social y emocional de personas adultas y compañeros/as, una pedagogía eficaz, el acceso a materiales pedagógicos de alta calidad y un clima y cultura escolar positivos.
- Los **factores personales** comprenden la cognición del alumnado, que implica mecanismos de procesamiento internos —como la memoria de trabajo, la flexibilidad mental y el autocontrol— que apoyan el proceso de aprendizaje. Otros factores personales son el conocimiento y las habilidades del alumno/a y su capacidad de autorregulación.
- Las **conductas observadas** representan las elecciones y prácticas concretas a través de las cuales el alumnado demuestra su agencia. Las acciones conductuales

pueden incluir, por ejemplo, establecer metas, solicitar comentarios, iniciar colaboraciones con compañeros/as o reflexionar sobre el propio desempeño.

## ¿En qué medida influye la cultura en la agencia del alumnado?

Las concepciones sobre la agencia del alumnado varían según el contexto, la región y la cultura, y no hay un consenso global sobre su definición en los entornos educativos. Si bien diversas investigaciones han intentado agrupar definiciones y marcos conceptuales de la agencia en categorías conceptuales, aún no existe un entendimiento común del término. Las diferencias culturales en la forma de definir y priorizar la armonía, el individualismo y la autonomía personal influyen en estas conceptualizaciones. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos concluye que, aunque es poco probable llegar a una definición universal, la agencia del alumnado desempeña un papel importante en la configuración de las experiencias educativas a nivel mundial.

## ¿Qué dicen las investigaciones sobre estrategias eficaces para fomentar la agencia del alumnado?

Existen pocos estudios que analicen específicamente los efectos de las intervenciones escolares en esta agencia en colegios de educación primaria y secundaria. En su lugar, la mayoría hace hincapié en elementos correlacionados con ella, como el rendimiento académico, la colaboración y las actitudes hacia la educación. Los estudios muestran relaciones prometedoras entre una variedad de intervenciones pedagógicas y resultados relacionados con la agencia del alumnado, como la autoeficacia, la motivación, el rendimiento académico y las actitudes positivas hacia el aprendizaje. No obstante, se necesita más investigación en este ámbito.

## ¿Cómo se puede medir y evaluar la agencia del alumnado?

Esta agencia puede evaluarse de distintas maneras, por ejemplo, mediante evaluaciones basadas en el rendimiento y mediciones estandarizadas basadas en la autoevaluación. Sin embargo, la definición y evaluación de la agencia presenta desafíos debido a las diferencias en su conceptualización, los factores de mediación y las preguntas acerca de cómo se desarrolla este constructo a lo largo del tiempo.

---

El presente resumen ha sido elaborado por Emily VanderKamp. El informe completo se encuentra disponible en inglés en <https://ibo.org/es/research/>. Si desea más información sobre este u otros estudios de investigación del IB, solicítela escribiendo a la dirección de correo electrónico [research@ibo.org](mailto:research@ibo.org).

Para citar el informe completo, utilice la siguiente referencia: BRANDT, W. C. *Measuring student success skills: A review of the literature on student agency*. Organización del Bachillerato Internacional, 2025.