
Editorial

**LA IMPORTANCIA DE INVESTIGAR SOBRE EDUCACION
SUPERIOR EN GESTION EMPRESARIAL**

*THE IMPORTANCE OF RESEARCH ON HIGHER
EDUCATION IN BUSINESS MANAGEMENT*

Gloria Aparicio Castro*
Universidad de País Vasco, UPV-EHU

2018
Vol.1 Num. 2
80-86

RESUMEN

La editorial de este segundo número del Journal of Management and Business Education (JMBE) destaca la importancia de contribuir desde la academia con investigación científica sobre el proceso educativo; tanto en general, como en particular en el campo específico de la educación superior en gestión empresarial. Para ello, se pone de manifiesto el impulso que está teniendo en el panorama universitario internacional actual la investigación sobre el proceso de enseñanza aprendizaje, el *Scholarship of Teaching and Learning* (SoTL), y su divulgación a través de publicaciones como ésta, el JMBE. También se presenta la investigación vinculada al compromiso del estudiante universitario, el *Student Engagement*, en todas sus dimensiones; vislumbrando temáticas de interés creciente en torno al mismo.

Por otra parte, corresponde a este editorial la presentación del contenido de los artículos que componen el segundo número de la revista. Finalizando con el agradecimiento a todos participantes del proyecto que lo han hecho realidad.

PALABRAS CLAVE

educación superior, enseñanza, aprendizaje, gestión, método científico, experiencia, motivaciones.

ABSTRACT

The editorial of this second issue of the Journal of Management and Business Education (JMBE) highlights the importance of contributing from the academy with scientific research on the educational process; both in general, and in particular in the specific field of higher education in business management. To do this, the impetus that the research on the learning teaching process, the Scholarship of Teaching and Learning (SoTL), and its dissemination through publications such as this one, the JMBE is showing in the current international academic landscape. The research related to the commitment of the university student, the Student Engagement, is also presented in all its dimensions; glimpsing topics of increasing interest in the same.

On the other hand, this editorial is the presentation of the content of the articles that make up the second issue of the magazine. Finalizing with thanks to all participants of the project that has come true.

KEYWORDS

Higher Education, teaching, learning, management, scientific method experience, motivations

LA INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN SUPERIOR Y SU IMPACTO SOBRE LA DOCENCIA EN GESTION EMPRESARIAL

La investigación en educación o el *Scholarship of Teaching and Learning* (SoTL), es un movimiento emergente en el ámbito universitario internacional que consiste en el estudio sistemático del proceso de enseñanza-aprendizaje en la educación superior, con unos objetivos claramente establecidos y cuyos resultados se deben poder contrastar en el marco de la discusión científica a través de congresos, seminarios o publicaciones. Es por tanto la forma propiamente “académica” de actuar en el ámbito de la docencia y del aprendizaje en la Universidad, siguiendo la corriente de otros países tanto europeos, como norteamericanos o australianos (International Society for the Scholarship of Teaching and Learning (ISSOLT) <http://www.issotl.com/issotl15/>)

Desde este ámbito de la investigación científica, se invita a los docentes a que analicen su propia práctica en el aula, los factores que favorecen su éxito o su fracaso, y en última instancia, a compartir sus experiencias para que otros puedan reflexionar sobre sus hallazgos y hacer accesibles a todos los interesados las aplicaciones prácticas de las teorías relacionadas con el proceso educativo. El SoTL implica, por tanto, un estudio riguroso y sistemático del aprendizaje de los estudiantes en el aula basándose en la evidencia, la comprensión y la mejora del aprendizaje del estudiante, así como en la práctica docente.

En la madurez de este campo de investigación se da un paso más allá de la mera divulgación de prácticas aisladas. Es decir, el objetivo final del marco de trabajo establecido por el SoTL, es el compromiso del rigor científico con la investigación, al someterse a una revisión por pares tanto por la propia disciplina como en un ámbito interdisciplinar. Además, el impacto buscado en los resultados de la investigación trasciende en la validez de su aplicación a un solo curso, programa o institución.

El movimiento del SoTL pone a la actividad docente en el primer plano de la vida académica, dignificándola y dotándola de los atributos propios que pueden ser en sí mismos objeto de mejora a través de la investigación científica; estrechando así la brecha que pudiera existir entre investigación y docencia (Asarta, et al., 2018).

La educación superior en gestión empresarial ha de estar orientada a formar estudiantes que vivirán su desarrollo profesional en un contexto de continuos cambios organizativos. Por ello, su formación no puede ser puramente teórica. La práctica y el desarrollo de competencias necesarias para enfrentarse al día a día de la gestión empresarial supone la incorporación de las metodologías activas en el aula, proceso en el que se va profundizando desde la convergencia al EEES (Aparicio, Ruiz-Roqueñi & Catalán, 2014).

Pues bien, este proceso de mejora continua en las metodologías docentes, se complementa con el estudio de la forma que aprenden los estudiantes, incorporándolo como un campo de estudio adicional en la agenda de investigación del profesorado universitario. No en vano, las universidades más destacadas en los rankings de investigación, también están contribuyendo notablemente a crear y difundir las publicaciones en docencia de mayor innovación e impacto, tal y como se ha demostrado empíricamente en el campo específico de la educación superior en gestión empresarial (Asarta et al., 2017). El creciente número de artículos en revistas de relevancia pone de manifiesto la evolución continua de este campo como una corriente importante de investigación (Díez-Martín, 2018).

El compromiso del estudiante como línea de investigación dominante en educación superior

Desde la década de los 90 y como una corriente de investigación principal en el ámbito docente, comienza a cobrar interés el estudio del compromiso del estudiante, o el *Student Engagement*, universitario.

Desde el punto de vista de la academia este concepto se ha convertido en un área fundamental del SoTL; mientras que, desde un plano institucional, es el indicador de competitividad en sentido amplio, utilizado cada vez por más países para valorar la calidad de la oferta formativa de las universidades.

Aunque en los orígenes de las publicaciones académicas el término *Engagement* estuvo vinculado al desempeño laboral de las organizaciones (Salanova & Schaufeli, 2009), en la actualidad su uso se ha extendido a diferentes aspectos del ámbito universitario. En este contexto, muchos de los trabajos publicados se han centrado en la discusión y delimitación del concepto de *Student Engagment* (Kahu 2013), así como en el análisis de la multidimensionalidad del fenómeno (Jonhson & Dean, 2001). Concretamente, gran parte de la investigación se ha centrado en identificar los factores que contribuyen a impulsarlo tanto en su dimensión actitudinal como comportamental; y en los resultados que se logran de un mayor *Student*

Engagement, tanto en términos de aprendizaje como de desarrollo personal del estudiante (Trowler & Trowler, 2010). Está comúnmente aceptado que es un fenómeno multidimensional, resultado de la interacción de factores relacionados con el individuo, esto es con el estudiante en su dimensión académica y personal; así como con el contexto en que se desarrolla el aprendizaje (instalaciones del campus, ambiente social, servicios anexos, etc.). Por tanto, podemos afirmar que deriva de la experiencia del estudiante universitario desde una perspectiva holística (Aparicio et al., 2015).

Siendo una corriente de investigación dominante en educación superior, aún es necesario encontrar desarrollos futuros que ayuden a implementar esta visión holística en la gestión de la experiencia del estudiante universitario, matizando las diferencias que existen entre países y sistemas universitarios más evolucionados en este sentido que otros (Catalán & Aparicio, 2017). El enfoque es necesariamente multidisciplinar, considerando tanto las aportaciones más puras de la gestión, aplicadas a la institución universitaria; del marketing experiencial, aplicado al contexto universitario; así como de la ciencia de la educación, que aporta especialización en las metodologías docentes.

En un período de 20 años (1998-2017) se han publicado 293 artículos en revistas indexadas en la Web of Science, destacando los últimos 5 años como el periodo de expansión principal de la temática (*Student Engagement* en título o palabras clave) con el 50% de las publicaciones registradas en esta base de datos y en constante crecimiento exponencial (Maseda, Iturralde & Aparicio, 2018).

Sobre el *Student Engagement*, queda aún por profundizar en estudios relacionados con las experiencias vividas por los estudiantes y vinculadas a los sentimientos, pensamientos, emociones, etc. que tiene en su paso por la universidad (alienación, preocupación, éxito, etc.). Lo que nos indica que como investigadores en docencia debemos tratar de conocer cada vez mejor la psicología de los estudiantes. También existe una importante corriente de investigación con mayor potencial de desarrollo centrada en las experiencias relacionadas con la tecnología aplicada al proceso de enseñanza aprendizaje.

Otro tema que se vislumbra como posible foco de desarrollo en la investigación sobre *Student Engagement*, es el de la motivación (Stoeber et al., 2011). Concretamente es un tema que se ha trabajado junto con el punto de vista que aporta la medición del *Student Engagement* a través de las encuestas (NSSE -National Survey of Student Engagement- y SENSE -Survey of Entering Student Engagement-). También se ha trabajado relacionado con la deseada autonomía del estudiante en el proceso de enseñanza-aprendizaje; así como con la influencia del entorno que le rodea.

Todo ello pone de manifiesto que la investigación en docencia en la educación superior tiene como protagonista al estudiante en su dimensión más personal o humana y que la medición, como herramienta para la mejora, así como la tecnología como mediadora en los procesos de enseñanza-aprendizaje, toman un protagonismo revelador en este marco de la investigación del profesorado universitario. El contenido del segundo número de la revista Journal of Management and Business Education es una muestra de este camino por recorrer, tal y como se resume en el siguiente apartado.

EL SEGUNDO NÚMERO

Siguiendo la línea editorial, introducimos el contenido del segundo número del *Journal of Business and Management Education*, a través de un breve comentario del contenido de cada uno de los artículos publicados en el mismo.

El lector se encontrará en primer lugar un estudio sobre el aula virtual, como herramienta principal de conexión entre profesorado y alumnado en un modelo de enseñanza aprendizaje combinado, físico y con apoyo virtual, difuminando las barreras en tiempo y espacio compartido que existen en el modelo docente tradicional. El trabajo “Virtual Classroom: Lecturer skills to promote Student Engagement” aborda esta realidad elaborando un modelo teórico, con una serie de proposiciones a contrastar, que tratan de explicar el tipo de capacidades que ha de desarrollar el profesorado para lograr el compromiso y la vinculación del estudiante, en un sentido amplio -Student Engagement-, con las actividades académicas en general. El modelo reconoce en el profesorado tres categorías de capacidades interrelacionadas (Zanjani et al. 2016): técnicas, afectivas y comunicativas. El contexto en el que se desarrollen deriva de la integración de tres teorías de aprendizaje (Vrasidas, 2000) incorporadas en un currículo diseñado e implementado con el curso de aula virtual: objetivismo, constructivismo y conectivismo.

En segundo lugar, un estudio sobre la Junior Empresa (JE), modelo de empresa que surge para amparar un complemento formativo que pretende incrementar el espíritu emprendedor y mejorar la empleabilidad del alumno universitario de cualquier rama de conocimiento. Siendo conceptualmente un instrumento pegado a la realidad y acorde a los nuevos enfoques metodológicos de enseñanza aprendizaje, el trabajo titulado “Educación emprendedora a través de las junior empresas” muestra las dificultades a las que se enfrentan los promotores de este tipo de empresas en su proceso de creación y consolidación. Estos problemas son básicamente los mismos que se encuentran las pequeñas empresas creadas por un equipo de promotores; con la diferencia de que en los objetivos de una JE priman los objetivos formativos sobre los centrados en los resultados económicos. Por ello, y como solución al desarrollo de este fenómeno, se aboga por la Universidad Emprendedora como agente social activo en el fomento del espíritu emprendedor (Beraza-Garmendia y Rodríguez-Castellanos, 2015; Rodríguez-Gulías et al., 2017).

En el tercero de los trabajos se presenta una nueva herramienta capaz de garantizar una formación personalizada, predictiva, preventiva y precisa basada en el análisis del persotipo del (ADNe). El persotipo es un código identificativo del eje de comportamiento emocional de cada individuo, lo cual nos permite conocer sus capacidades activas y reactivas. Su utilidad es enorme al permitir una completa gestión del talento individual y colectivo con respecto a los logros académicos y profesionales a alcanzar.

El trabajo “el ADNe. la tecnología algorítmica que cambia el modelo educativo para siempre” aplica la metodología descrita al análisis de las características comportamentales de un MBA y a las características comportamentales afines a las competencias transversales propuestas por el Plan Bolonia, generando los

persotipos de contraste necesarios para cotejarlos con las muestras de alumnos seleccionadas en el estudio.

En cuarto lugar, el artículo “Favorecer el estado de *“flow”*: la clave de los juegos de simulación empresarial” analiza si los juegos de simulación empresarial favorecen las condiciones para que exista *flow* (ej. equilibrio entre el reto y las habilidades, claridad de los objetivos, y *feedback*) y si fomentan dicha experiencia de *flow* a lo largo del juego. Complementariamente, analizan si los usos de los juegos de simulación empresarial favorecen el desarrollo de habilidades y competencias del estudiante, tanto genéricas como específicas. Los resultados del estudio son favorables a todos los planteamientos de investigación propuestos y, por tanto, proporcionan apoyo para el uso de esta herramienta en contextos académicos con fines docentes.

El último artículo del número 2 del JMBE, titulado “¿es posible trabajar la educación emprendedora universitaria en contextos poco favorables para ello?”, aborda la interesante problemática asociada a la educación para el aprendizaje. Asumiendo que las competencias emprendedoras también se pueden adquirir, el trabajo analiza el tema y su contexto, ofreciendo respuestas y argumentos para la acción. Finaliza con la aportación de un modelo real de Educación Emprendedora Universitaria (EEU) en el nivel de Educación Superior. Se trata de un modelo integrador, que trata de recoger todo lo relativo a Educación Emprendedora seleccionando lo más acorde a las necesidades, y teniendo en cuenta que hay sobre el tema en cuestión y de lo que se puede y se debería hacer.

AGRADECIMIENTOS

La creación del JMBE ha supuesto el esfuerzo de numerosas personas y organizaciones, en especial la de todo el equipo editorial, los revisores anónimos, el equipo de gobierno de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), las sugerencias de numerosos académicos de AEDEM, las discusiones en los Congresos de AEDEM y en los seminarios de la Fundación Camilo Prado, así como las recomendaciones del consejo editorial.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

El autor declara que no existen conflictos de intereses potenciales con respecto a la investigación, autoría y / o publicación de este artículo.

ORCID iDs

Gloria Aparicio de Castro: <https://orcid.org/0000-0001-6878-3353>

REFERENCIAS

- Aparicio, G.; Ruiz-Roqueñi, M. & Catalán, E. (2014). A model for implementing non-specific competencies (NSCs) in degree studies, defined using a Delphi study in Spanish universities. *Sustainable Learning in Higher Education-Developing Competences for the Global Marketplace*, SPRINGER, London, Chapter 4, 47-61.
- Aparicio, G.; Forcada, J.; Lafuente, A. & Zorrilla; P. (2015). *Management challenges in Higher Education: New proposals from experiential marketing*

- literature review. INTED 9th International Technology, Education and Development Conference, IATED, Madrid.
- Asarta, C.; Fornaciari, C.J.; Arbaugh, J.B.; Bento, R.; Lund, D. & Hwang, A. (2017). Key institutions in business and management education research. *Journal of Education for Business*, 92, 220-229.
- Asarta, C.; Bento, R.; Fornaciari, C.J.; Lund, D.; Arbaugh, J.B. & Hwang, A. (2018). The Scholarship of Teaching and Learning: changing the dominant narrative about (and in) research institutions. *Journal of Management Education*.
- Beraza-Garmendia, J.M. & Rodríguez-Castellanos, A. (2015). Characteristics and effectiveness of university spin-off support programmes, *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 28(1), 14-44.
- Catalán, E. & Aparicio, G. (2017). Interpretation of the Student Engagement paradigm in Spain. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*, 6, pp. 49-60
- Diez-Martín, F. (2018). Donde estamos: Una introducción a la educación en los negocios. *Journal of Management and Business Education*, 1(1), 1-10.
- Johnson, M.K. & Dean, M. (2001). Student Engagement and International Baccalaureate: Measuring the Social, Emotional and Academic engagement of IB Students. Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association. New Orleans, LA.
- Kahu, E. R. (2013): "Framing Student Engagement in Higher Education", *Studies in Higher Education*, 38 (5), pp. 758-773.
- Maseda, A.; Iturralde, T. & Aparicio, G. (2018). Mapping the intellectual structure of the student engagement field at universities. INTED2018 Proceeding (12th International Technology, Education and Development). IATED Academy, pp. 8745-8754.
- Rodríguez-Gulías, M.J.; Rodeiro-Pazos, D. & Fernández-López, S. (2017). The growth of university spin-offs: a dynamic panel data approach, *Technology Analysis & Strategic Management*, published online, DOI: 10.1080/09537325.2016.1277580.
- Salanova, M. & Schaufeli, W. (2009): "¿Qué es el engagement en el trabajo? concepto y medida", en *El Engagement en el Trabajo: Cuando el trabajo se convierte en pasión*, Alianza Editorial, Madrid, capítulo 3, pp. 93-125.
- Stoeber, J., Childs, J.H., Hayward, J.A. & Feast, A.R. (2011). Passion and Motivation for Studying: Predicting Academic Engagement And Burnout In University Students. *Educational Psychology* 31 (4), 513-528.
- Trowler, V. & Trowler, P. (2010): *Student Engagement Evidence Summary*, York, UK. Higher Education Academy.
- Vrasidas, C. (2000). Constructivism versus objectivism: Implications for interaction, course design, and evaluation in distance education. *International Journal of Educational Telecommunications*, 6(4), 339-362.
- Zanjani, N., Edwards, S. L., Nykvist, S., & Geva, S. (2016). LMS acceptance: The instructor role. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 25(4), 519-526.

Cita recomendada

Aparicio, G. (2018). La importancia de investigar sobre educación superior en gestión empresarial. *Journal of Management and Business Education*, 1(2), 80-86. <https://doi.org/10.35564/jmbe.2018.0007>
