

Introducción de un ciclo de mejora del aula en la asignatura investigación comercial

Introduction of a classroom improvement cycle in the commercial research course

Marco Castiglioni

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0766-5107>

Universidad de Sevilla

Departamento de Administración de Empresas y Marketing

mcastiglioni@us.es

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/9788447225408.017>

Pp.: 261-274



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0
Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

Resumen

El presente trabajo ilustra un Ciclo de Mejora del Aula (CIMA) de 8 horas que he llevado a cabo en la asignatura Investigación Comercial del grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Sevilla en el curso 2022/2023. El CIMA que he realizado, se ha basado en modelo de aprendizaje constructivista e investigativo. Para la realización del CIMA he creado mapas conceptuales de la asignatura, he buscado material didáctico, he creado un cuestionario de evaluación y he planificado las distintas sesiones con los estudiantes. En el presente trabajo voy a exponer todo el trabajo previo al CIMA, así como su desarrollo y sus resultados. Estos muestran una mejora en el aprendizaje de los alumnos, pero no puedo asegurar que dichos resultados sean consecuencia de la nueva metodología docente.

Palabras clave: Investigación comercial, grado en Administración y Dirección de Empresas, Docencia universitaria, Desarrollo profesional docente, perspectiva constructivista.

Abstract

This paper illustrates an 8-hour Improvement Cycles in Classroom (ICIC) that I carried out in the Commercial Research subject of the Business Administration and Management degree at the University of Seville in the 2022/2023 academic year. The ICIC that I have carried out has been based on a constructivist and investigative learning model. To carry out the ICIC I created conceptual maps of the subject, I searched for teaching material, I created an evaluation questionnaire, and I planned the different sessions with the students. In this paper I present all the work prior to the ICIC as well as its development and its results. The ICIC results show an improvement in student learning, but I cannot ensure that these results are a consequence of the new teaching methodology.

Keywords: Market research, degree in Business Administration and Management, University teaching, Teacher professional development, Constructivist perspective.



Introducción

En el presente capítulo se describe el *Ciclo de Mejora en el Aula* (CIMA) que diseñé y apliqué en el curso académico 2022-2023 en la asignatura *Investigación Comercial* perteneciente al grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Sevilla que se imparte en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Se trata de una asignatura obligatoria de cuarto curso y representa para los estudiantes una de las pocas disciplinas de su carrera que analiza temáticas de marketing vinculadas con un análisis de tipo estadístico cuantitativo. La asignatura se compone de nueve temas que describen de forma secuencial los seis pasos que han de darse para realizar una investigación de mercados desde su concepción inicial hasta la recogida y análisis de los datos.

Al mezclar elementos teóricos junto con la resolución de problemas de tipo estadístico-matemático, es considerada por los estudiantes una asignatura difícil. Por esta razón, la gran mayoría de los estudiantes intenta superar la asignatura a través de un proceso de evaluación continua a lo largo del curso que consta de tres exámenes, el primero después del tema tres, el segundo después del tema seis y el último después del tema nueve.

Respecto al contexto específico en el que se realizó el CIMA, quiero destacar que este ha sido el primer curso académico en el que he enseñado investigación comercial, por tanto, no tengo una experiencia previa en la asignatura para poder comparar mis resultados. Adicionalmente, el CIMA se ha llevado a cabo en un grupo de clase de tarde que se ha caracterizado por un número relativamente limitado de estudiantes, unos treinta, lo cual ha facilitado su implementación.

Diseño previo del CIMA

El CIMA que he aplicado se ha centrado en los temas dos y tres de la asignatura. He elegido estos dos temas porque, desde mi punto de vista, representan la piedra angular de toda la asignatura. El primero de carácter general e introductorio titulado *Definición del problema de investigación de mercados y desarrollo del enfoque*, intenta explicar por qué una empresa u otra organización se plantea en un determinado momento realizar una investigación de mercado. A continuación, el tema tres, titulado *Diseño de la investigación, datos secundarios y sindicados*



ilustra los diferentes tipos de investigación de mercado que se pueden realizar.

Al realizar el CIMA en una asignatura en la que previamente no había impartido docencia, realicé un diagnóstico previo del material didáctico común para las clases presenciales de todos los grupos de estudiantes y que me había sido proporcionado por el coordinador de la asignatura. Al analizar dicho material me resultó excesivamente enfocado en una exposición teórica de los conceptos de la asignatura sin el intento de establecer conexión lógica entre ellos, siendo en consecuencia un material demasiado abstracto y pensado para un estudio de mnemónico.

Con esta idea y percepción en la mente, para aplicar el CIMA busqué casos de empresas y otro tipo de material que pudiera proporcionar ejemplos de los distintos conceptos de los temas objeto del CIMA. Después de haber encontrado ejemplos de empresa reales para ilustrar todos los conceptos de cada tema, me dediqué a definir la secuencia de actividades para cada sesión del CIMA.

Mapas de contenidos y problemas claves

Como paso previo a la realización del CIMA he tenido que desarrollar dos mapas de contenido, uno para cada tema objeto del CIMA. La realización de estos mapas me ha permitido identificar los conceptos esenciales de cada tema y destacar las relaciones existentes entre ellos.

En las siguientes figuras voy a representar los mapas conceptuales que he construido para los temas dos y tres de la asignatura Investigación Comercial.



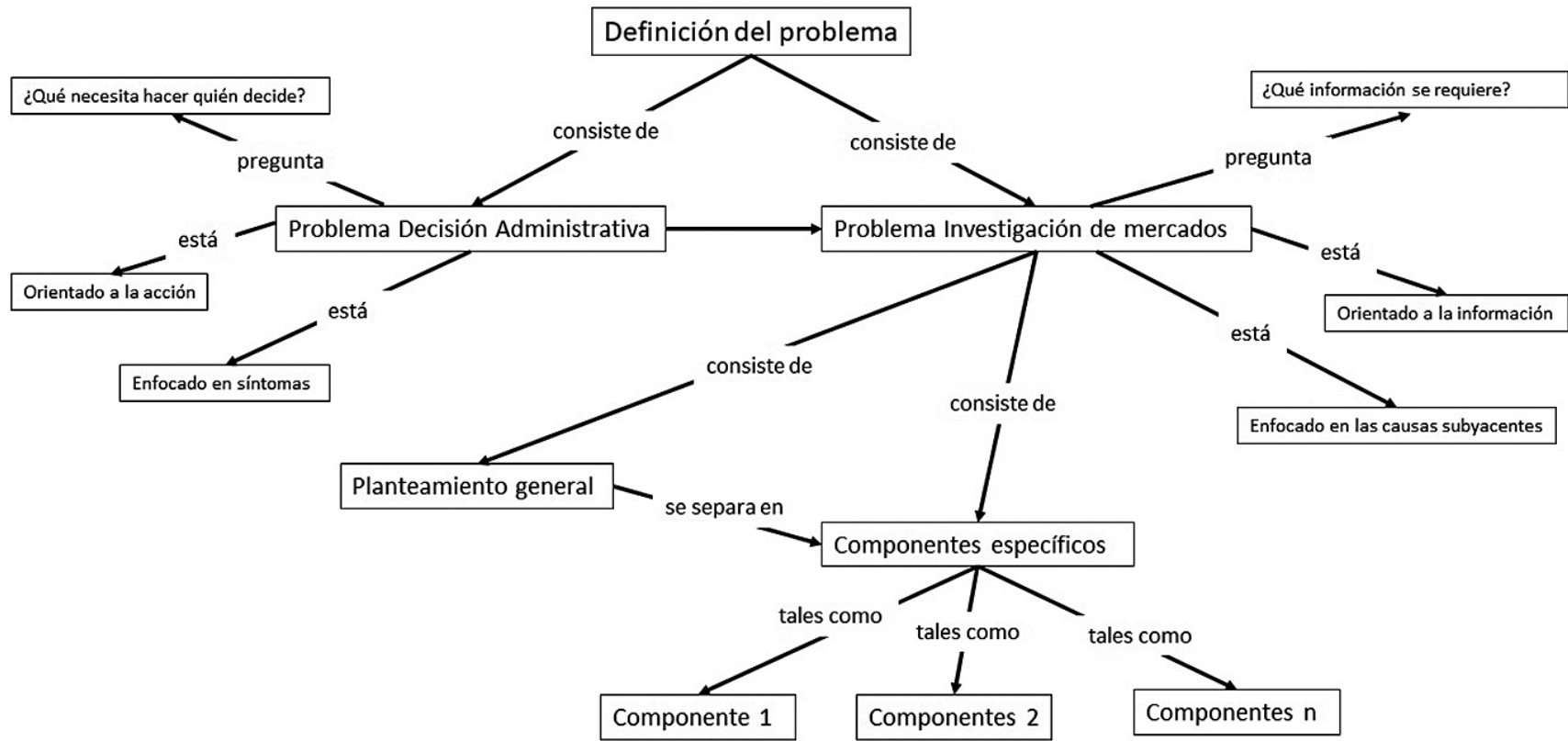


Figura 1. Mapa conceptual del tema 2.



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

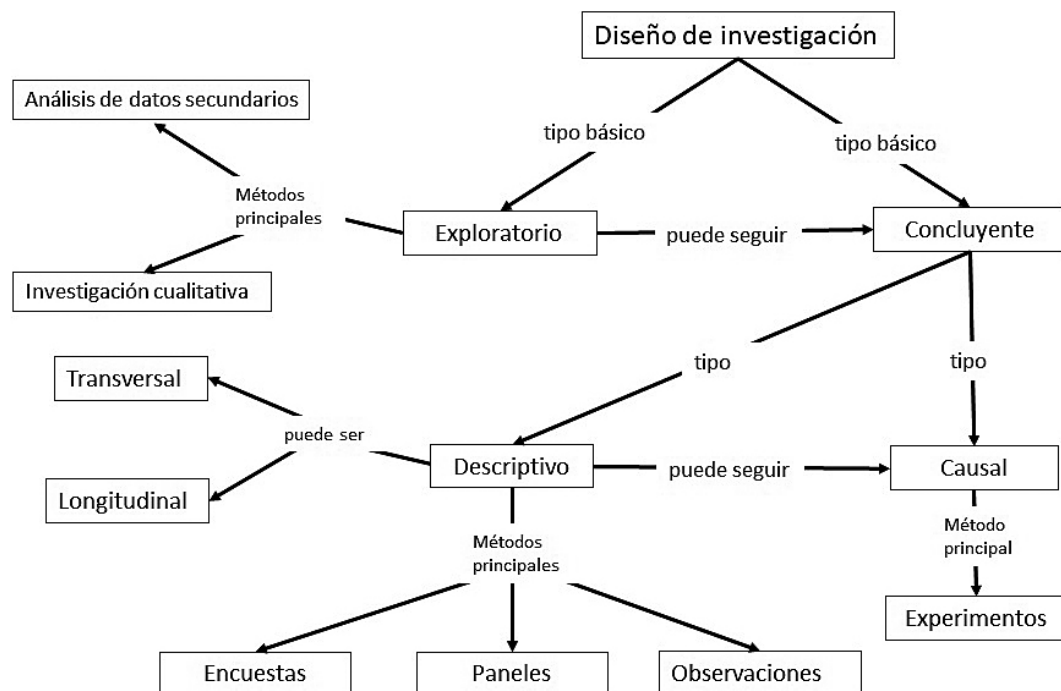


Figura 2. Mapa conceptual del tema 3.

Gracias a la creación de los mapas conceptuales he podido identificar los problemas claves de cada tema. Para el tema dos, los problemas claves son:

- Capacidad de distinguir entre un problema de decisión administrativa y un problema de investigación de mercado.
- Capacidad de identificar los componentes de un problema de investigación de mercado.
- Capacidad de identificar y utilizar un marco de teórico que vincule entre sí los componentes del problema de investigación de mercado.

Para el tema tres los problemas claves que he identificado son:

- Capacidad de identificar y distinguir las tipologías de diseños de investigación de mercado.
- Capacidad de identificar las distintas tipologías de datos que se pueden llevar a cabo una investigación de mercado.

Modelo metodológico y secuencias de actividades

Para la realización del CIMA he utilizado un modelo metodológico que intenta fusionar el modelo basado en la reelaboración de las ideas de los estudiantes y el basado en la teoría y en su aplicación en la práctica (De-Alba-Fernández y Porlán, 2017). Más en concreto, mi modelo metodológico (figura 3) empieza planteando a los estudiantes un problema práctico real



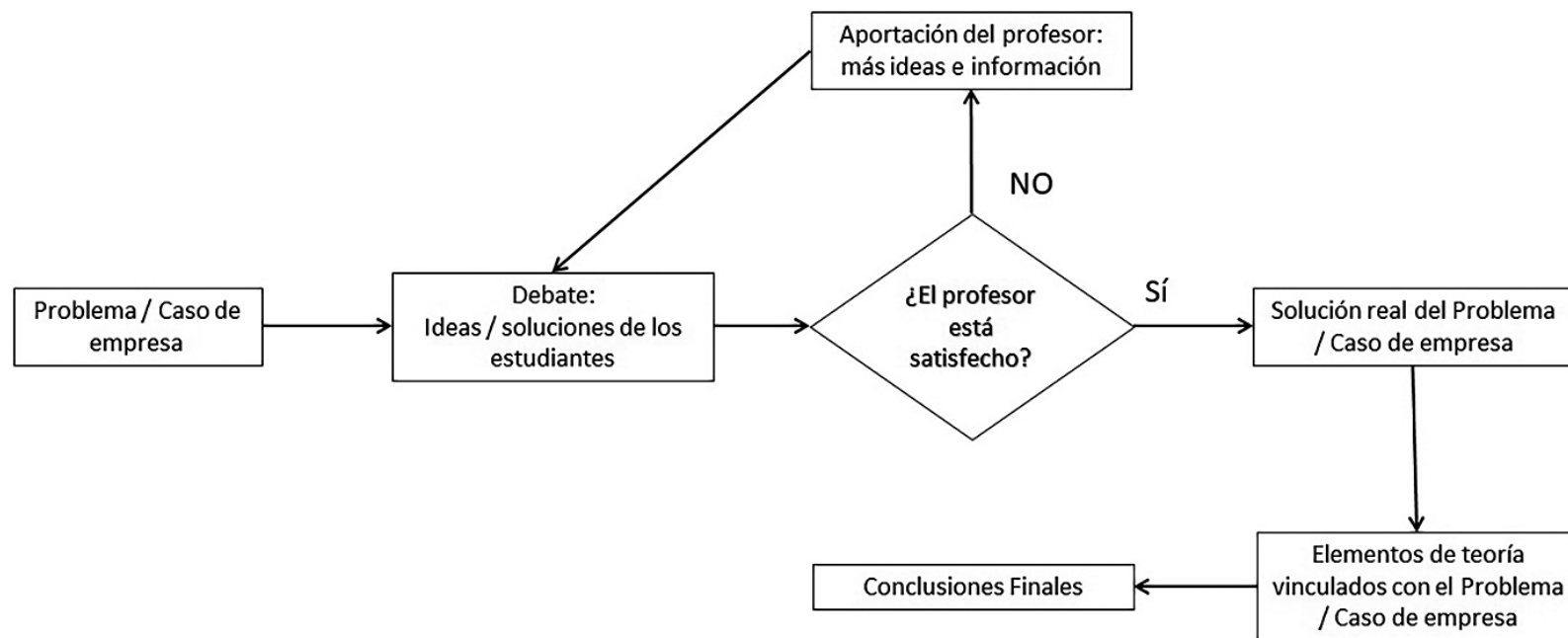


Figura 3. Modelo metodológico.



vinculado a un determinado concepto o cuestión. El debate que surge a medida que los estudiantes proponen ideas o posibles soluciones para el problema me permite conocer sus ideas y conocimiento previo sobre ese concepto o cuestión. Una vez conocido este conocimiento previo, si es necesario voy proporcionando a los estudiantes nuevas ideas o sugerencias para que ellos mismo reelaboren sus ideas iniciales hasta llegar a un nivel de conocimiento que considero apropiado.

Este modelo metodológico es conceptualmente similar a un sistema de prueba-error en el que el profesor conoce las conclusiones a las que quiere llevar los estudiantes y controla el proceso de aprendizaje proporcionándoles ideas e información.

En función de este modelo he planeado las secuencias de actividades para las sesiones del CIMA que aparece en la tabla 1.

Tabla 1. Secuencia de actividades

Actividad Tiempo	Descripción
Trabajo previo profesor	Búsqueda y redacción de un caso de empresa introductorio que pueda vincularse con los conceptos de los temas objetos del CIMA
Aula (profesor) 10 minutos	Saludo y repaso esquemático de los contenidos analizados en las clases previas
Aula (profesor) 20 minutos	Propuesta de un caso de empresa a los alumnos
Aula (alumnos) 30 minutos	Debate sobre el caso propuesto, moderado por el profesor
Aula (alumnos y profesor) 35 minutos	Exposición de la solución del problema y explicación de la teoría de la asignatura
Aula (profesor) 15 minutos	Repaso de los conceptos y conclusiones finales

Cuestionario inicial-final

Al realizar el CIMA sobre dos temas de la asignatura, decidí utilizar dos cuestionarios iniciales-finales, uno para cada tema. El uso de los cuestionarios me ha servido para averiguar el conocimiento previo y los modelos mentales de los estudiantes sobre la materia y para evaluar su progreso respecto a la situación de partida a través de las escaleras de aprendizaje (Porlán, 2019).



El cuestionario inicial-final del tema 2 se componía de las siguientes preguntas:

- *¿Por qué, en qué contexto y condiciones decide una empresa una realizar una investigación de mercado?*
- *¿Puedes intentar identificar los elementos que componen una investigación de mercado?*
- *¿Cómo se relacionan los elementos que componen una investigación de mercado?*

Para el tema 3 de la asignatura, el cuestionario inicial-final se componía de las siguientes preguntas.

- *¿Crees que existen distintos tipos de investigación de mercado? En caso de respuesta afirmativa, ¿cuáles podrían ser?*
- *¿Qué tipo de datos de usan para realizar una investigación de mercado? ¿Podrías clasificarlos por tipos?*

Aplicación del CIMA

El CIMA se ha llevado a cabo en cuatro sesiones de dos horas, entre el 28 de septiembre y el 7 de octubre de 2022. Adicionalmente, utilicé la primera parte de la clase del 19 de octubre para enseñar y comentar a los estudiantes los resultados de una actividad en grupo que les pedí sobre el tema dos de la asignatura. El CIMA ha sido realizado por 32 estudiantes, aunque en las cuatro sesiones he tenido una media de 25 estudiantes por sesión. El hecho de que los estudiantes no asistan con suficiente regularidad a clase dificulta no solamente la implementación de un CIMA sino toda la docencia en general

Relato resumido de las sesiones

En la primera sesión expliqué a los alumnos que en el tema que íbamos a empezar y en el siguiente realizaríamos un CIMA que tenía como finalidad mejorar la dinámica de clase y la experiencia de los alumnos.

A continuación, entregué a los alumnos el cuestionario inicial sobre el tema dos y les dejé 15 minutos para contestarlo. Después empecé la clase siguiendo la secuencia de actividades que aparece en la tabla 1. Para el tema dos, seleccioné como caso principal la empresa *Harley Davidson*. Este caso ha sido utilizado en las dos sesiones del tema dos para ejemplificar los siguientes conceptos: 1) la diferencia entre *problema de decisión administrativa* y *problema de investigación de mercado*; 2) la descomposición del problema de investigación de mercado en componentes; 3) la



vinculación de los componentes entres sí a través de un marco de referencia teórico y de una serie de hipótesis.

La segunda sesión del CIMA se desarrolló, sin problema alguno, siguiendo con el tema dos y con el caso *Harley Davidson* utilizando la secuencia de actividades de la tabla 1. En la segunda parte de la sesión enseñe a los alumnos un trabajo científico de Heimeriks, Duysters y otros (2007). El uso de este trabajo científico me ha permitido enseñar a los alumnos los elementos del tema dos de la asignatura aplicados en el ámbito de la investigación académica. Finalmente, al terminar la clase encargué una tarea de grupo en la que los estudiantes tienen que seleccionar un artículo científico en el ámbito de la empresa, y de ese artículo tienen que destacar los elementos que hemos presentado en los temas dos y los que veremos en el tema tres. La fecha de entrega del trabajo es el 14 de octubre.

En la tercera sesión del CIMA proporcioné a los estudiantes el cuestionario final del tema dos y el cuestionario inicial del tema tres. Al terminar los dos cuestionarios empecé la dinámica del tema tres utilizando la secuencia de actividades de la tabla 1. Para el tema tres, seleccioné como caso principal de empresa *Starbucks*. Este caso de empresa me sirvió para destacar e introducir: 1) la existencia de distintos tipos de investigación (exploratoria o concluyente); 2) la descomposición de la investigación concluyente en: investigación descriptiva e investigación causal; 3) la utilización de distintos tipos de datos para la investigación: datos primarios y secundarios.

En la cuarta sesión del CIMA, en la segunda parte de la sesión volví a enseñar a los estudiantes el trabajo de Heimeriks, Duysters y otros (2007). Lo hice para enseñarle como los elementos y conceptos del tema tres estaban reflejados en este artículo científico.

Una vez terminado el CIMA, utilice la primera parte de la clase del 19 de octubre para realizar el cuestionario final del tema tres y para comentar con los alumnos los resultados de sus trabajos en grupo.

Evaluación del aprendizaje de los estudiantes

El análisis de los cuestionarios iniciales-finales empleando las escaleras de aprendizaje muestra una mejora generalizada en el aprendizaje de los estudiantes que han realizado el CIMA, como es posible observar por las tablas 2 y 3. Las escaleras de aprendizajes utilizaban una escala con cuatro niveles de aprendizaje.



Tabla 2. Comparación cuestionario inicial-final tema dos

¿Por qué, en qué contexto y condiciones decide una empresa una realizar una investigación de mercado?		¿Puedes intentar identificar los elementos que componen una investigación de mercado?		¿Cómo se relacionan los elementos que componen una investigación de mercado?	
Evolución	Nº de alumnos	Evolución	Nº de alumnos	Evolución	Nº de alumnos
Avanza dos posiciones o más	4	Avanza dos posiciones o más	5	Avanza dos posiciones o más	2
Avanza una posición	10	Avanza una posición	12	Avanza una posición	15
Permanece en la misma posición	15	Permanece en la misma posición	13	Permanece en la misma posición	14
Retrocede una posición	3	Retrocede una posición	2	Retrocede una posición	1
Retrocede dos o más posiciones	0	Retrocede dos o más posiciones	0	Retrocede dos o más posiciones	0

Tabla 2. Comparación cuestionario inicial-final tema tres

¿Crees que existen distintos tipos de investigación de mercado? En caso de respuesta afirmativa, ¿cuáles podrían ser?		¿Qué tipo de datos de usan para realizar una investigación de mercado? ¿Podrías clasificarlos por tipos?	
Evolución	Nº de alumnos	Evolución	Nº de alumnos
Avanza dos posiciones o más	8	Avanza dos posiciones o más	10
Avanza una posición	15	Avanza una posición	14
Permanece en la misma posición	7	Permanece en la misma posición	8
Retrocede una posición	0	Retrocede una posición	0
Retrocede dos o más posiciones	0	Retrocede dos o más posiciones	0



Sin embargo, hay una serie de elementos que me hacen dudar sobre si este aprendizaje es consecuencia del propio CIMA o de una serie de factores contingentes. El primer, y más importante, es el examen de evaluación continua que los estudiantes han realizado sobre los temas del uno al tres el 14 de octubre de 2022, es decir, una semana después de haber terminado el CIMA y antes de contestar al cuestionario final sobre el tema tres. Es asumible que los estudiantes estuvieran preparando el examen de evaluación continua a la vez que iban a clase, por eso su aprendizaje puede haber sido provocado por una actividad de estudio independiente del CIMA. El segundo factor es la dificultad de los cuestionarios iniciales-finales: las preguntas de estos cuestionarios son bastante fáciles en el momento en que los estudiantes tienen un mínimo conocimiento. Quizás, habría que plantearse un cuestionario final diferente y más difícil respecto al cuestionario inicial, ya que el cuestionario inicial está pensado para averiguar el conocimiento previo del estudiante. Como último factor, destaco que, al ser mi primer CIMA en esta asignatura, no tenía una referencia previa respecto al aprendizaje que podía esperar por parte de los estudiantes.

Evaluación del CIMA

Desde que realicé mi primer CIMA en curso académico 2017-2018, me encuentro muy satisfecho con la docencia que he realizado a lo largo de estos años. Cada año, observo un progreso en mi metodología docente. El CIMA de este año se enmarca en este contexto de desarrollo y crecimiento personal. Me gustaría destacar, respecto a esta experiencia en concreto que la preparación del CIMA me ha ayudado a preparar y a enfrentarme en las mejores condiciones a una nueva asignatura en el ámbito docente.

Aspectos a mantener o cambiar en un futuro CIMA

El presente CIMA, a pesar de haberse desarrollado en una asignatura nueva, marca una continuidad con mi metodología docente habitual. Entre los elementos que pretendo mantener o mejorar destaco sobre todos:

- *El fomento de la participación regular en clase.* Muchos estudiantes asisten de forma irregular a clase, lo cual dificulta la labor docente y la posibilidad de aprendizaje del alumno.
- *El uso de una placa de identificación para los estudiantes.* Este año, por primera vez, he pedido a los estudiantes que usasen placas con su nombre en el aula. Esto me ha permitido aprender sus nombres y dirigirme a ellos de forma más directa generando así un clima más



distendido y relajado en el aula, ya que los estudiantes valoran que el profesor se sepa de memoria su nombre.

Los elementos que pretendo cambiar o modificar en el futuro son:

- Necesidad de una *mayor planificación* de las actividades de clase. Quizás, por ser mi primer año de docencia en la asignatura no he podido planificar los tiempos de las actividades como hubiera sido necesario.
- Intento por *vincular el CIMA de forma más directa con la evaluación continua* de los estudiantes.
- Obtener *mayor retroalimentación* por parte de los estudiantes respecto al CIMA, para poder mejorar mi labor docente.

Principios Docentes para el futuro

El principio docente que he utilizado en el desarrollo del CIMA y, en general, en mi metodología habitual es el reconocimiento de la importancia de las relaciones entre los distintos conceptos de una asignatura. Desde mi punto de vista, es fundamental que los estudiantes sepan crear una red de relaciones entre conceptos, de esa forma el contenido de una asignatura pasa a formar parte de sus propias competencias. Por esta razón, nunca he puesto énfasis en la memorización por parte de los alumnos de conceptos o fórmulas, sino que prefiero que los estudiantes entiendan y puedan explicar con sus palabras que es un concepto, pero, sobre todo, como este concepto se relaciona dentro del contexto de una asignatura.

Actualmente, un numero relevante de estudiantes supera los exámenes gracias a un aprendizaje de tipo mnemónico a corto plazo. Este método de estudio no genera ninguna forma de aprendizaje en los alumnos y provoca importantes lagunas en términos de conocimientos y capacidades adquiridos.

Para conseguir la conexión en red de los contenidos de una asignatura intento apoyarme en casos y contenidos reales de empresas, de modo que los estudiantes puedan ver como estos contenidos se vinculan en el mundo real. Adicionalmente, a la hora de introducir un contenido nuevo siempre intento destacar por qué es importante y cómo se conecta con el contenido previo de la asignatura.

Referencias bibliográficas

Castiglioni, M. (2018). ¿Qué es la comunicación? Proyecto de innovación docente en la asignatura de Introducción al Marketing. En R. Porlán y E. Medina-Navarro (Coords.), *Jornadas de Formación e Innovación Docente del Profesorado*, 1, 115-131. Ice de la Universidad de Sevilla.



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)

- De-Alba-Fernández, N. y Porlán, R. (2017). La metodología de enseñanza. En R. Porlán (Coord.), *Enseñanza universitaria: cómo mejorarla* (pp. 37-53). Morata.
- Heimeriks, K. H.; Duysters, G.; y Vanhaverbeke, W. (2007). Learning mechanisms and differential performance in alliance portfolios. *Strategic organization*, 5(4), 373-408.
- Porlán, R. (2017) (Coords.). *Enseñanza universitaria. Cómo mejorarla*. Morata.



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0
Internacional (CC BY-NC-ND 4.0.)