

Cabeza, L. & González, N. (2012): "El impacto de las redes sociales sobre la docencia en dirección estratégica: ¿existen diferencias entre asignaturas?", Documentos de Trabajo Nuevas Tendencias en Dirección de Empresas, Serie Teknos 2 Metodologías Docentes en el Espacio de Educación Superior (23-53).

EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES SOBRE LA DOCENCIA EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA: ¿EXISTEN DIFERENCIAS ENTRE ASIGNATURAS?

Laura Cabeza García

Nuria González Álvarez

Universidad de León

Resumen: El objetivo de este trabajo es analizar el efecto de las redes sociales, y en concreto de la creación de páginas web en Facebook, sobre la motivación, implicación y resultado académico de los alumnos universitarios. Además, se compara si los resultados son diferentes en función de su aplicación a asignaturas anuales o cuatrimestrales y entre diferentes centros. Utilizando asignaturas relativas a la Dirección Estratégica e impartidas tanto dentro como fuera de la Facultad de Ciencias Económicas, los resultados sugieren un mayor nivel de éxito en lo que se refiere al número de agregados y a la participación activa en la página relativa a una asignatura cuatrimestral de fuera de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Por el contrario, solo encontramos diferencias estadísticamente significativas en la nota media entre los alumnos agregados y no agregados a la página creada en nuestra Facultad.

Palabras clave: Redes sociales, Facebook, Dirección Estratégica, asignaturas cuatrimestrales/anuales

Universidad de León
Dpto. de Dirección y Economía de la Empresa
Campus de Vegazana s/n
24071 León España
Teléfono: 987291000 ext. 5479
Fax: 987291454

E-mail: laura.cabeza@unileon.es

1. Introducción

En los últimos años las universidades europeas, entre ellas la española, se han visto involucradas en un proceso de transformación de la enseñanza encaminado a la construcción del denominado Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), cuya adaptación no requiere sólo de la modificación de los planes de estudio hacia una nueva estructura de grado-máster y de su programación de acuerdo con el crédito europeo (European Credits Transfer System, ECTS¹), sino que también hace necesario replantearse cuestiones relativas a los modelos de enseñanza-aprendizaje. De esta forma, el eje fundamental no será la enseñanza pasiva del alumno sino un aprendizaje “activo” que sea significativo, relevante y que conduzca a la adquisición de competencias² por parte de los futuros integrantes del mercado laboral, ampliando, sin excluir, el enfoque tradicional basado en contenidos y horas lectivas. Así, este modelo tradicional sustentado fundamentalmente en la lección magistral y en la concentración de todo el aprendizaje en el aula debería ser sustituido, o al menos complementarse, con nuevas prácticas e innovaciones docentes.

En este sentido, las Tecnologías de Comunicación e Información (TIC) pueden ser un instrumento útil para el diseño, la planificación y el seguimiento de la enseñanza-aprendizaje, y también ayudar al profesorado universitario a aumentar el grado de motivación de sus alumnos haciendo que los estudiantes dediquen más tiempo a trabajar, y por tanto, que sea más probable que aprendan más y aumente su implicación en la asignatura.

En este contexto, y teniendo en cuenta el desarrollo que en los últimos años han tenido las aplicaciones de la web 2.0³, esta propuesta de innovación docente

¹ La principal novedad es que el crédito de trabajo no se mide por las horas de docencia del profesor sino por las horas que debe dedicar el alumno, ya sean presenciales (clases magistrales, seminarios, tutorías, exámenes u otros métodos de evaluación, etc.) o no presenciales (elaboración de trabajos, ejercicios prácticos y otras actividades complementarias, trabajo del alumno tanto en bibliotecas como en el domicilio etc.) para cumplir los objetivos del programa de estudios.

² Las competencias deben entenderse como una combinación de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que capacitarán a un titulado para afrontar con garantías la resolución de problemas o la intervención en un asunto dentro un contexto académico, profesional o social determinado. Es decir, las competencias describen los resultados del aprendizaje: lo que un estudiante sabe o puede demostrar una vez completado un proceso de aprendizaje. Según el libro Blanco de Economía y Empresa estas competencias pueden clasificarse en tres tipos: genéricas o transversales, específicas y transferibles.

³ Trabajar en entornos web 2.0 significa que “los profesores y los estudiantes ya no serán meros espectadores o consumidores pasivos de la información que proporciona Internet, sino

trata de analizar el papel que las redes sociales, y de modo particular, la creación de páginas en Facebook, pueden tener sobre la motivación, implicación y resultado académico de los alumnos universitarios. Es decir, estudiar hasta que punto se puede enriquecer la relación profesor-alumno facilitando el acceso a la figura del docente mediante canales que los alumnos acostumbran a utilizar, frente a otras herramientas más “académicas” (por ejemplo, el moodle), pudiendo aumentar así su motivación al disponer de información actualizada de la asignatura, o facilitar un aprendizaje colaborativo, por ejemplo, mediante foros, gracias a la comunicación con profesores y compañeros.

En concreto, hemos aplicado la iniciativa a una asignatura cuatrimestral y a dos anuales (todas ellas en el ámbito de la Dirección Estratégica) de la Escuela de Ingenierías Industrial e Informática y de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León (ULE), respectivamente, por varios motivos. En primer lugar, para ver si la aplicación de las redes sociales, y en concreto, Facebook, puede ser una herramienta que aumente la motivación de los alumnos, utilizando para ello un grupo ó colectivo -alumnos de Ingeniería- que, en general, considera este tipo de asignaturas (Dirección Estratégica) fuera del eje central de su titulación y, donde a priori, el grado de interés por la asignatura también puede ser menor. Estudios previos ponen de manifiesto que la motivación juega un papel central en el aprendizaje incluso a nivel universitario (Alonso Tapia, 2001).

En segundo lugar, se han elegido tanto asignaturas cuatrimestrales como anuales para ver si el éxito de la iniciativa varía en función de la duración de la asignatura. Se puede considerar que el seguimiento de la experiencia puede ser más fácil y el interés de los alumnos en relación a la misma puede ser también mayor en una asignatura cuatrimestral frente a una anual al estar más concentrada en el tiempo la relación profesor-alumno.

En tercer lugar, si bien, algunas universidades extranjeras (p.ej. Harvard Business School, Haas Business School, London Business School, etc.) y también españolas están desarrollando iniciativas similares, hasta nuestro conocimiento, no se ha implantado ninguna innovación docente parecida dentro de la Universidad de León. Así, en la ULE la comunicación profesor/alumno a distancia existente hasta el momento se basa en el uso de correos electrónicos (todos los alumnos poseen un correo electrónico creado por la propia universidad) y en el uso de un campo virtual a través de las plataformas Aula y Moodle. La gran ventaja de Facebook frente a cualquier tipo de campus virtual es que en la actualidad los alumnos están acostumbrados a manejar diariamente

que podrán convertirse en protagonistas de la red, en sujetos activos con capacidad para crear conocimiento, publicarlo y compartirlo con otros”. Ejemplos de este tipo de aplicaciones son los blogs, los wikis o las redes sociales, entre otras (Castaño *et al.*, 2008).

este tipo de redes sociales. Por ello, el acceso a los contenidos a través de Facebook resulta más rápido, útil y práctico y la comunicación profesor/alumno puede producirse casi instantáneamente. Si bien es cierto que Moodle, al estar diseñado específicamente para facilitar las tareas docentes, permite realizar más funciones que Facebook como por ejemplo subir transparencias y archivos o garantizar el anonimato en la entrega de trabajos por parte de los alumnos. Es por ello que quizá su utilización debería ser complementaria al uso de otras plataformas docentes.

El resto del trabajo se ha estructurado como sigue: la sección 2 recoge la influencia que las nuevas tecnologías y las redes sociales pueden tener en el desarrollo de la docencia universitaria. En la sección 3 se resume y analiza la iniciativa desarrolla. Finalmente, la sección 4 recoge las principales conclusiones del trabajo.

2. Influencia de las nuevas tecnologías y las redes sociales en la docencia universitaria

Las Tecnologías de Comunicación e Información (TIC) pueden ser un instrumento útil para el diseño, la planificación y el seguimiento de la enseñanza-aprendizaje, pero también, pueden convertirse en una herramienta didáctica que facilite el desarrollo de determinadas actividades dentro de las clases teóricas o prácticas, los seminarios o las tutorías de la asignatura (Santos *et al.*, 2009). La enseñanza virtual es un recurso pedagógico complementario que utiliza Internet como base para la comunicación profesor-alumno, lo que da una gran flexibilidad al permitir a éste último asimilar los temas marcándose su propio ritmo de trabajo. Aunque es un recurso poco extendido por su incipiente utilización y la exigencia de conocimientos de informática básicos, tiene cada vez una mayor aceptación, pues permite superar algunos de los problemas a los que la enseñanza tradicional no puede dar respuesta (García Aretio, 2001), tales como:

- Eliminar las barreras geográficas para los residentes en áreas alejadas de los centros, para aquellos trabajadores que por cambio de trabajo o destino tendrían que cambiar de centro, y para las personas discapacitadas que puedan tener problemas para desplazarse al centro.
- Suprimir los problemas de tiempo al no estar restringido a un horario concreto.
- Eliminar los problemas de demanda local insuficiente que limitaría la oferta de cursos.

Además, las TIC son un apoyo y complemento a la docencia presencial que facilitan una información docente de mayor calidad (por ejemplo, mediante la

utilización de contenidos multimedia) y más fácilmente actualizable, pero sobre todo, pueden ayudar al profesorado universitario a aumentar el grado de motivación⁴ de sus alumnos haciendo que los estudiantes dediquen más tiempo a trabajar, y por tanto, que sea más probable que aprendan más, y a promover un aumento en la implicación o participación en las actividades del curso gracias a una mayor interacción y comunicación entre alumnos-profesor, alumnos-información y alumnos entre sí. Por el contrario, algunos aspectos negativos de las nuevas tecnologías son las distracciones y las pérdidas de tiempo, la sensación de desbordamiento, pues el exceso de información que hay que revisar y seleccionar puede producir esa sensación por falta de tiempo, o la necesidad de tener acceso a las nuevas tecnologías, entre otros.

Las redes sociales pueden funcionar como un aula después del aula, un espacio virtual donde los alumnos, el profesor y sus compañeros tengan un contacto constante sin límites espaciales ni de tiempo⁵. Además, como herramienta para el aprendizaje colaborativo suponen un aumento de la motivación de todos los integrantes de la red hacia los objetivos y contenido del aprendizaje; el aprendizaje que consigue cada individuo incrementa el del grupo y sus integrantes alcanzan mayores niveles de rendimiento académico; favorecen una mayor retención de lo aprendido; promueven el pensamiento crítico (análisis, síntesis y evaluación de los conceptos) al dar oportunidad a sus integrantes de debatir los contenidos objeto de su aprendizaje; y finalmente, la diversidad de conocimientos y experiencias del grupo contribuye positivamente al proceso de aprendizaje, al tiempo que reduce la ansiedad que pueden provocar las situaciones individuales de resolución de problemas (Alemañy, 2009).

En todo caso, el aprendizaje será efectivo si se cumplen cuatro características esenciales y las redes sociales las proporcionan (Alemañy, 2009):

- Proveen al estudiante de un entorno creativo con múltiples herramientas y materiales (sonidos, imágenes, videos etc.) que envuelven al estudiante en su adquisición de conocimiento, logrando un compromiso activo con cada integrante del aula;
- Facilitan el contacto entre alumnos y profesor, permitiendo que realicen actividades en conjunto y que compartan sus ideas;

⁴ La motivación se construye como un estado de estímulo emocional y cognitivo que conduce a una decisión consciente de actuar, y que da origen a un periodo de esfuerzo físico y/o intelectual sostenido con el fin de alcanzar una meta o metas previamente establecidas (Williamns y Burden, 1997).

⁵ Sin embargo, las redes sociales pueden tener como inconveniente el hecho de que los alumnos se centren en los aspectos lúdicos de la experiencia, o que alguno de ellos sea reacio a su utilización.

- Rompen la barrera del espacio y del tiempo pues el alumno puede contactar con el profesor u otro alumno a cualquier hora del día, sin importar el lugar; sólo es necesario disponer de un ordenador e Internet;
- Ofrecen a los estudiantes el acceso a un mundo de información que les permite una conexión con la realidad, abriéndoles las puertas sobre cualquier tema impartido en clase.

3. Descripción de la iniciativa docente realizada

El experimento o prueba piloto se ha realizado por primera vez, por un lado, con los 80 alumnos que están matriculados en el presente curso académico 2010/2011 en la asignatura Administración de Empresas del primer cuatrimestre del 5º curso de la Licenciatura “Ingeniero Industrial” en la Escuela de Ingenierías Industrial e Informática de la Universidad de León; asignatura que se divide en 3 créditos teóricos y 3 prácticos (5 créditos ECTS). A pesar de su denominación, la asignatura abarca en todo su temario cuestiones en materia de Dirección Estratégica. Por otro lado, se han considerado otras dos asignaturas con contenido académico similar (a pesar de su denominación) impartidas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: Economía de la Empresa y Estrategia Empresarial, asignaturas anuales con un total de 9 (6 teóricos y 3 prácticos -7,50 créditos ECTS) y 6 créditos (3 teóricos y 3 prácticos -5 créditos ECTS). La primera de ellas se corresponde al 4º curso de la Licenciatura “Economía” (con un total de 10 alumnos matriculados en el curso 2010/2011) y la segunda es del 3º curso de la Diplomatura en “Ciencias Empresariales” (con 103 alumnos en el curso académico 2010/2011).

La elección de estas asignaturas (no de grado y cuya impartición tiene lugar tanto dentro como fuera de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales) está justificada por los siguientes motivos. En primer lugar, la llegada del EEES trae y traerá consigo en los años sucesivos inevitablemente cambios en la metodología docente utilizada por el profesorado universitario con vistas a favorecer y desarrollar el proceso educativo en las pautas que el nuevo contexto conlleva. Dado que ninguna de las asignaturas de Dirección Estratégica de los grados que se ofertan en la ULE han comenzado a impartirse en el presente curso académico (2010/2011), sino que lo harán en los años sucesivos, se ha considerado de utilidad e interés poner en funcionamiento una experiencia docente “innovadora” respecto a lo que se venía haciendo en los años previos para medir el éxito de su implantación entre el alumnado así como para detectar posibles debilidades y cuestiones a mejorar de cara a su puesta en marcha en un futuro próximo en asignaturas de grado. En segundo lugar, puede ser interesante, tal y como se ha comentado anteriormente, ver si el desarrollo de la iniciativa es diferente entre los alumnos de distintos centros y con asignaturas de más o menos duración.

Para la puesta en práctica de esta innovación docente se ha creado una página en Facebook para la asignatura impartida en la Escuela de Ingenierías Industrial e Informática y otra para las dos asignaturas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales al tener un temario muy similar y ser ambas asignaturas anuales. En dichas páginas, las profesoras que participan en esta iniciativa, de manera regular, y de forma paralela al desarrollo de las clases teóricas y prácticas, han ido añadiendo en el muro información complementaria a lo visto en el aula (cuestiones aplicadas, noticias recientes, enlaces de interés, etc.) y en el foro se ha abierto el debate sobre cuestiones que puedan despertar el interés y la opinión de los alumnos (ver Anexos 1 y 2). De igual forma, a través de las páginas se anuncia a los estudiantes cualquier evento que tiene lugar en materia de Dirección Estratégica y que pueda ser de su interés. Además, se anima a los alumnos a participar mostrando su opinión sobre los contenidos de la página y permitiéndoles añadir cualquier otro tipo de información que ellos consideren de utilidad o relacionada con la asignatura. En suma, se trata de ofrecer información adicional y de que los alumnos interactúen entre sí y con el profesor con la finalidad de aumentar sus conocimientos en esta materia, y así de esta manera, se sientan más involucrados, y en último término, les resulte más fácil la adquisición de las competencias propias de la asignatura.

El nivel de “éxito” de la experiencia se ha medido de diversas formas. Primero, a partir del número de alumnos que se hayan agregado a la página (pinchando en el botón de “Me gusta”) sobre el número total de matriculados, así como por el número de sus aportaciones o comentarios. Segundo, al final del cuatrimestre, en el mes de Enero, para el caso de la asignatura cuatrimestral, y en el mes de Junio para las dos asignaturas anuales, por medio de un cuestionario que se les pasó el día del examen de la convocatoria ordinaria pudieron conocerse las razones de porqué algunos de los alumnos no se habían agregado a la página creada en Facebook, así como la opinión de aquellos que sí lo habían hecho (ver Anexo 3). Finalmente, se ha comparado también el resultado académico de los alumnos según hayan participado o no en la iniciativa docente desarrollada.

A continuación, se hace referencia a los resultados obtenidos con las dos páginas creadas en Facebook.

▪ **Asignatura cuatrimestral impartida fuera de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

Al término de la docencia a finales del mes de Enero (asignatura cuatrimestral), el número de alumnos agregados a esta página ascendió a 45 de un total de 80 matriculados, lo que supone un 56,25%. De los 45 alumnos agregados a la página 33 son varones y 12 son mujeres. La razón que explica el mayor número de varones es porque éstos también representan un mayor porcentaje en el número de alumnos matriculados (62 vs. 18). De esta forma, el porcentaje de

varones que se han agregado a la página sobre el total de varones matriculados supone un 53,22%. En el caso de las mujeres, este porcentaje asciende a un 67%. Por tanto, en términos relativos la experiencia docente parece haber tenido una mayor aceptación entre el alumnado femenino. Sin embargo, al comprobar estadísticamente la existencia o no de diferencias significativas en la variable “agregarse a la página” por género a través de un test chi-cuadrado, los resultados pusieron de manifiesto la no existencia de diferencias en dicha variable según el sexo de los alumnos.

Aquellos estudiantes que no se han agregado a la página han argumentado su decisión basándose fundamentalmente en que no tenían cuenta en Facebook, no están de acuerdo con su política de privacidad o no les gustan las redes sociales (56,25% de los alumnos no agregados y que se presentaron al examen de febrero) y por falta de dejadez o de tiempo (22%). Por su parte, aquellos que sí se han agregado lo han hecho principalmente por curiosidad sobre la nueva iniciativa (51,28% de los alumnos presentados al examen y que se habían agregado) o por complementar el contenido visto en clase (31,58%). Sin embargo, la frecuencia de la consulta de la página ha sido fundamentalmente menor a la semana (53% de los casos) o de al menos una vez a la semana (37% de los casos). Un 76% de los alumnos consideran que el contenido de la página es bueno mientras que otro 24% dice que es mejorable⁶.

En cuanto a la implicación activa de los estudiantes en la página, 20 han participado en el muro de alguna manera. Asimismo de esos 20 alumnos, 13 han participado en la página en más de una ocasión. Generalmente, sus contribuciones se basan en indicar que les gusta el contenido colgado por las profesoras en la página web y, en menor medida, también en opinar directamente sobre el mismo⁷. Respecto a la participación del alumnado en las cuestiones planteadas en el foro de debate por las profesoras, ésta se concentra únicamente en dos o tres personas. Así pues, los estudiantes muestran un mayor interés por los contenidos del muro que por las preguntas propuestas en el foro. El hecho de no llevar al día la asignatura o el miedo a dar una respuesta errónea pueden explicar esta circunstancia.

En lo que se refiere a la distribución de la participación por temas, la Tabla 1 muestra el número de contenidos colgados por las profesoras de la asignatura⁸,

⁶ Toda esta información ha sido extraída gracias a las primeras preguntas del cuestionario que los alumnos rellenaron.

⁷ Es necesario mencionar que normalmente las personas más activas en el muro lo son en la doble vertiente, es decir, indicando que algo les gusta o escribiendo su opinión sobre otras cuestiones.

⁸ Se ha tratado que el número de contenidos colgados en cada tema fuera lo más equilibrado posible, pero cuando las profesoras percibían que los estudiantes estaban interesados de modo

el número de aportaciones realizadas por los alumnos tanto en el muro de la página como en el foro y el número de veces que los alumnos han expresado que les gusta algún comentario ya sea de contenidos o de las aportaciones realizadas por los compañeros. Tal y como puede apreciarse, las contribuciones de los alumnos tanto en el muro como en el foro están bastante concentradas en algunos temas concretos. Quizá la cuestión que más sorprende es que los temas más populares sean distintos en el muro y en el foro. Así, en el muro el tema más comentado es el de la ventaja competitiva mientras que las preguntas más debatidas en el foro son las del primer tema del programa y las del tema relativo al análisis interno. Otra cosa a destacar es el hecho de que los alumnos no solo han participado comentando o expresando su satisfacción por los contenidos colgados por las profesoras y/o respondiendo a las preguntas propuestas en el foro sino que también se han animado a subir contenidos concretos que ellos consideraban relevantes. Así, los alumnos han realizado cuatro aportaciones en este sentido⁹.

especial en alguno de ellos, ellas “respondían” colgando más contenido. Ello explica, por ejemplo, que el número de cuestiones colgadas en el Tema 5 sea mayor que en el resto del temario.

⁹ De igual forma, otro alumno tras el final de las clases ha realizado una aportación adicional.

Tabla 1. Desglose de la participación de los alumnos por temas en la asignatura cuatrimestral

Temas del programa de la asignatura	Muro			Foro
	Contenido colgado por profesoras	Aportaciones	Me gusta	Aportaciones
Tema 1. Introducción	6			5
Tema 2. Entorno general y específico	10		1	2
Tema 3 y 4. Análisis interno y tema de RYC	14		13	5
Tema 5. Ventaja competitiva	20	20	37	2
Tema 6. Campo de actividad y expansión	11		2	1
Tema 7. DR, DNR, IV y reestructuración	10	7	5	
Tema 8. Crecimiento interno y externo	11		2	
Tema 9. Cooperación	9	3	1	
Otras aportaciones ^[a]		5	6	
TOTAL	91	35	67	15

[a] Otras aportaciones son, por ejemplo, aquellas que han realizado los alumnos no estando directamente relacionadas con el temario pero sí con el mundo empresarial o felicitaciones de navidad de los alumnos hacia las profesoras.

DR, DNR e IV denotan diversificación relacionada, diversificación no relacionada e integración vertical, respectivamente.

Fuente: Elaboración propia

Otra alternativa para medir los resultados obtenidos fue a través del cuestionario que se pasó a los alumnos en el momento de la realización del examen final de la asignatura en la convocatoria ordinaria correspondiente. Es necesario decir, en primer lugar, que los alumnos que se presentaron al examen y estaban agregados a la página representan el 84,44% del total de agregados, de manera que los resultados que se muestran a continuación son generalizables en gran medida a todos los alumnos agregados a la página. La mayoría consideran que ha sido de más utilidad la información colgada en el muro (81,57%) -ello puede ser otra explicación la menor aceptación que ha tenido el foro-. Es destacable también el hecho de que un porcentaje muy elevado de alumnos indique que la experiencia docente ha aumentado su interés por la asignatura (un 84% de los alumnos) y que la consideren de utilidad para su formación (un 95% de los alumnos). De igual forma, los alumnos agregados a la página (un 95%) creen que la utilización de otra red social no hubiera aumentado nuestra tasa de éxito. Además, y lo cual

puede ser otro indicador de la buena aceptación en cierta medida de nuestra experiencia es el hecho de que a un 90% de los alumnos agregados les gustaría que otros profesores desarrollaran iniciativas similares en otras asignaturas.

Finalmente, hemos comparado la nota media final de la asignatura entre los alumnos agregados y no agregados a la página en Facebook. Los resultados sugieren una mayor nota media para aquellos estudiantes agregados a la página (6,76 vs. 6,31), pero sin embargo no existen diferencias significativas entre ambos tipos de alumnos (U Mann Whitney 495 con p-valor 0,145).

▪ **Asignaturas anuales impartidas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

Tal y como se ha comentado anteriormente, en un intento de ampliar la iniciativa desarrollada a otras facultades y/o titulaciones se creó otra página en Facebook para dos asignaturas de la Facultad de Económicas: “Economía de la Empresa” de la Licenciatura en Economía y “Estrategia Empresarial” en la Diplomatura en Ciencias Empresariales. En la asignatura “Economía de la Empresa” de la Licenciatura de Economía se han agregado 3 alumnos de los 10 matriculados y en la asignatura “Estrategia Empresarial” de la Diplomatura en Ciencias Empresariales, 31 alumnos de un total de 103 matriculados; es decir, en total hay 34 agregados en la página (un 30,08% del total). Del conjunto de agregados, 13 personas son hombres (38,20% del total de agregados y 27,60% del total de hombres matriculados) y 21 son mujeres (61,80% del total de agregados y 31,81% del total de mujeres matriculadas). A diferencia de la página de la asignatura cuatrimestral de Ingeniería, el porcentaje de alumnos agregados a la página en función del sexo es diferente desde el punto de vista estadístico (al nivel del 1%).

Los principales motivos para no haberse agregado a la página son la falta de tiempo o la dejadez (45% de los alumnos no agregados y que se presentaron al examen de junio), el no tener conocimiento de la página (31%)¹⁰ o el no disponer de cuenta en Facebook (24%)¹¹. Por su parte, aquellos estudiantes que sí se han agregado lo han hecho principalmente porque sentían curiosidad sobre la nueva iniciativa (65,56% de los alumnos presentados al examen y que se

¹⁰ Este motivo ha sido un poco sorprendente dado que las profesoras en clase explicaron la iniciativa que iban a desarrollar, hacían referencia a la misma en sus explicaciones, se indicó el desarrollo de la iniciativa en la plataforma aula y se les envió un e-mail al respecto.

¹¹ La distribución de los motivos para no haberse agregado es similar tanto para los alumnos de la Licenciatura de Economía como de la Diplomatura de Empresariales.

habían agregado) o por complementar el contenido visto en clase (25%)¹². Sin embargo, la frecuencia de la consulta de la página -así como para las dos asignaturas a las que hace referencia por separado- ha sido fundamentalmente menor a la semana (47% de los casos) o de al menos una vez a la semana (43,75% de los casos). Un 81,25% de los alumnos consideran que el contenido de la página es bueno mientras que el resto de los estudiantes considera que es mejorable.

Respecto al número de aportaciones realizadas por los alumnos en esta página puede afirmarse que han sido inferiores a las realizadas por los estudiantes de Ingeniería (5 aportaciones en el muro, 13 “Me gusta” y 21 contribuciones al foro), siendo dos alumnas las que han realizado la mayor parte de las aportaciones. En lo que se refiere a la distribución de la participación por temas, la Tabla 2 muestra los contenidos colgados por las profesoras y las aportaciones realizadas por los alumnos tanto en el muro como en el foro. En este caso, la participación de los alumnos también se concentra en temas concretos aunque diferentes si comparamos las aportaciones en el muro con las aportaciones en el foro. Así, en el muro los alumnos han hecho la mayor parte de sus contribuciones en el tema dedicado a la Ventaja Competitiva (3 aportaciones y 4 “Me gusta”) mientras que en el foro las aportaciones se reparten en varios temas (Objetivos, Análisis interno, Ventaja Competitiva).

¹² Para los alumnos de la asignatura “Economía de la Empresa” el único motivo (100% de los casos) ha sido la curiosidad por la iniciativa.

Tabla 2. Desglose de la participación de los alumnos por temas en las asignaturas anuales

Temas del programa de la asignatura	Muro			Foro
	Contenido colgado por profesoras	Aportaciones	Me gusta	Aportaciones
Tema 1. Introducción	8		1	1
Tema 2. Objetivos, GC	3			5
Tema 3. Misión, visión y RSC	6		1	2
Tema 4 y 5. Entorno general y específico	13			
Tema 6 y 7. Análisis interno y tema de RYC	14		1	4
Tema 8. Ventaja competitiva	20	3	4	4
Tema 9. Estrategias según ciclo de vida	4		1	
Tema 10. Estrategias en sectores de tecnología	4			1
Tema 11. Campo de actividad y expansión	11	1	2	4
Tema 12. DR, DNR, IV y reestructuración	10		1	
Tema 13. Crecimiento interno y externo	11		1	
Tema 14. Cooperación	9	3		
Otras aportaciones ^[a]		1	1	
TOTAL	113	5	13	21

[a] Otras aportaciones son, por ejemplo, aquellas que han realizado los alumnos no estando directamente relacionadas con el temario pero sí con el mundo empresarial o felicitaciones de navidad de los alumnos hacia las profesoras.

DR, DNR e IV denotan diversificación relacionada, diversificación no relacionada e integración vertical, respectivamente.

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los resultados obtenidos a través del cuestionario que se pasó a los alumnos en el momento de la realización del examen final de la asignatura es necesario mencionar que los alumnos que se presentaron al examen y estaban agregados a la página en la asignatura de la licenciatura de Economía representan el 100% del total de agregados mientras que en la asignatura de la diplomatura en Ciencias Empresariales, el porcentaje fue de un 81%; de modo conjunto para toda la página esta cifra se sitúa en 82,32%. Así pues, los

resultados que a continuación se comentan pueden ser extrapolables al total de alumnos agregados a la página. Un 62% de los alumnos considera que le ha sido de mayor utilidad la información colgada en el muro de la página. Sólo un 18,75% de los alumnos indica que la experiencia docente no ha aumentado su interés por la asignatura y solo un 16% considera que no ha sido de utilidad para su formación. De igual forma, un 62,5% de los alumnos agregados a la página creen que la utilización de otra red social no hubiera aumentado nuestra tasa de éxito. Además, y lo cual puede ser otro indicador del éxito en cierta medida de nuestra experiencia es el hecho de que sólo a un 3% de los alumnos agregados no les gustaría que otros profesores desarrollaran iniciativas similares en otras asignaturas¹³.

Finalmente, en lo que se refiere a la comparación de la nota media final de la asignatura entre los alumnos agregados y no agregados a la página en Facebook para la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, los resultados sugieren una mayor nota media para aquellos estudiantes agregados a la página (5,93 vs. 4,55), siendo la diferencia estadísticamente significativa entre ambos tipos de alumnos de acuerdo con la U de Mann Whitney (U 392, p-valor 0,011)¹⁴.

Por tanto, a modo de resumen si comparamos los resultados de ambas páginas podemos extraer las siguientes conclusiones. En primer lugar, el número de agregados ha sido mayor en la página de la asignatura cuatrimestral, siendo además la diferencia estadísticamente significativa de acuerdo con la Chi-cuadrado al nivel del 1%. En cuanto a la distribución por sexo, también es diferente. Así, en la página de la asignatura impartida en la Escuela de Ingeniería hay un mayor número de hombres agregados mientras que en la de la Facultad de Ciencias Económicas es mayor el número de mujeres agregadas. Sin embargo, en términos relativos (número de hombres agregados sobre el total de hombres matriculados y mujeres agregadas sobre el total de matriculadas) en ambos casos el porcentaje es mayor entre el alumnado femenino. En lo que se refiere a los motivos para agregarse o no a la página no difieren en mucho con independencia de la titulación de los alumnos.

¹³ Estos resultados son similares si en lugar de analizar la página en su conjunto lo hacemos diferenciando a los alumnos de la asignatura de Economía de la Empresa y los alumnos de Estrategia Empresarial.

¹⁴ Considerando de manera separada las dos asignaturas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, en lo que se refiere a “Economía de la Empresa” aunque los alumnos agregados a la página tienen mayor nota media no existen diferencias significativas (7,083 vs. 6,180; U Mann Whitney 4 con p-valor 0,393), por el contrario para “Estrategia Empresarial” sí parece existir un mejor resultado académico entre aquellos alumnos agregados, siendo la diferencia estadísticamente significativa (5,80 vs. 4,33; U Mann Whitney 308,500 con p-valor 0,016).

En segundo lugar, en lo que se refiere a los temas en los que ha habido una mayor participación de los estudiantes, en ambas páginas éste ha sido el de la ventaja competitiva, aunque en la página de la Escuela de Ingeniería también otros temas han tenido una aceptación significativa. Tampoco coinciden los temas con más participación en el foro de las páginas, aunque en el tema de análisis interno y RYC, con independencia del centro, los alumnos han participado activamente.

En tercer lugar, los resultados del cuestionario son también similares entre una página y otra. Así, en ambos casos parece que para los alumnos ha sido de más utilidad la información colgada en el muro, y en un porcentaje significativo consideran que la experiencia ha aumentado su interés por la asignatura y ha mejorado su formación, aunque los porcentajes son un poco más elevados en el caso de los alumnos de la Escuela de Ingeniería. Por el contrario, aunque todos los alumnos parecen estar interesados en experiencias docentes similares en otras asignaturas, son los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales los que muestran un mayor interés. Finalmente, en lo que se refiere a la posible influencia de la experiencia docente sobre el resultado académico de los estudiantes no hemos encontrado que el hecho de estar agregado a la página en Facebook creada repercuta en un mejor rendimiento por parte de los alumnos de la Ingeniería pero sí sobre los alumnos agregados a la página de nuestra Facultad. El hecho de que en general, los alumnos de la Escuela de Ingeniería Industrial e Informática obtienen una nota media más elevada y el número de suspensos sea mucho menor puede ser una posible explicación.

4. Conclusiones

En esta iniciativa docente teniendo en cuenta el papel que las redes sociales pueden tener en la enseñanza universitaria, hemos creado dos páginas en Facebook para asignaturas con perfiles diferentes: una cuatrimestral de la Escuela de Ingeniería e Informática y otras dos anuales de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Los resultados obtenidos sugieren un mayor éxito de la experiencia en lo que se refiere al número de agregados y a la participación activa de los estudiantes en la página para la asignatura de fuera de nuestra Facultad. Sin embargo, en lo relativo a los motivos para agregarse o no a la página, o a los temas de mayor participación tanto en el muro como en el foro, son en general los mismos. Además, con independencia de la titulación, los propios alumnos han puesto de manifiesto su conformidad con nuestra iniciativa al indicar que el haberse agregado a la página ha sido de utilidad para su formación, que ha aumentado su interés por la asignatura y que les gustaría que otros docentes desarrollaran iniciativas similares. Por el contrario, existen diferencias entre las dos páginas en Facebook creadas en lo que se refiere a una posible vinculación con el rendimiento académico pues en la relativa a la

Escuela de Ingeniería Industrial e Informática no existe una diferencia significativa entre el rendimiento de los alumnos agregados y no agregados, mientras que en los alumnos de nuestra Facultad obtienen una nota media superior si están agregados a la página de Facebook que si no lo están.

Las posibles explicaciones del mayor éxito en términos generales en la página web de la asignatura cuatrimestral e impartida fuera de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales puede encontrarse en el hecho de ser una asignatura de carácter cuatrimestral donde la relación profesor-alumno es más concentrada en el tiempo y por tanto también la motivación de los estudiantes sobre la materia. Quizá otra explicación pueda encontrarse en el hecho de que los alumnos de Ingeniería, al ser una materia totalmente nueva para ellos, suelen tener más dificultades para asimilar los contenidos de la asignatura, y por ello, quizá, consideren que los contenidos colgados en la página pueden ayudarles a preparar mejor la asignatura. Además, este tipo de alumnos suelen estar más implicados con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Otro motivo puede ser el hecho de haber creado una página conjunta para las dos asignaturas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; aunque ha habido coordinación en todo momento entre las profesoras el diferente ritmo en sus clases puede haber dificultado el seguimiento por parte de los alumnos.

Desde nuestro punto de vista, la utilidad de la propuesta radica básicamente en dos cuestiones fundamentalmente. La primera es que el manejo de la red social Facebook resulta muy sencillo, por lo que no se requieren conocimientos específicos por parte de los docentes. La segunda cuestión relativa a la utilidad es que la implantación de la iniciativa no implica ningún coste económico. Así, los únicos costes de la iniciativa hacen referencia al tiempo que los docentes necesitan para poner en marcha la página, diseñar su contenido y realizar un seguimiento diario de la misma. Como aproximación, dado que es muy difícil indicar un número exacto de horas, puede decirse que la puesta en marcha de la iniciativa requiere tiempo para hacer un seguimiento y una clasificación diaria de noticias relacionadas con los contenidos de la asignatura, tiempo para llevar a cabo un control diario de la página creada con el fin de revisar si existen nuevos agregados o nuevas aportaciones realizadas por los alumnos y responder lo antes posible a sus contribuciones tanto del muro como del foro. En todo caso, la propuesta también podría aplicarse a asignaturas de otras universidades distintas a la Universidad de León.

Además, aunque la iniciativa propuesta no permite una evaluación directa del estudiante en cuanto a competencias de la asignatura sí que puede facilitar a los alumnos la profundización en los conocimientos tanto a nivel teórico como a nivel práctico de la asignatura y obtener así una calificación mayor en el examen destinado a evaluar la adquisición de competencias. Asimismo, de modo indirecto

la página puede ayudar al estudiante a aumentar su capacidad de análisis a través de las preguntas propuestas en el foro de debate.

En cuanto a posibles limitaciones de la propuesta, pueden destacarse en primer lugar, las propias de la red social utilizada como son la imposibilidad de organizar los contenidos en bloques o carpetas o de añadir información adicional a lo que ya ha sido colgado ya que dichos contenidos solo pueden visualizarse por fecha (de la más reciente a la más antigua). En segundo lugar, cabe señalar que la implantación de la propuesta se encuentra en una fase inicial ya que ha sido puesta en marcha en un primer momento en una única asignatura alcanzando un notable éxito, pero cuando posteriormente la propuesta se trasladó a otras asignaturas de otras titulaciones hasta la fecha el resultado no ha sido el esperado. Al hilo de esta última limitación, en el futuro, se pretende extender la iniciativa a asignaturas de Dirección Estratégica de grado así como a otras asignaturas relacionadas con la Organización de Empresas tanto en licenciaturas como en los nuevos grados para intentar obtener resultados más generalizables.

BIBLIOGRAFÍA

Alemañy, C. (2009): “Redes sociales: una nueva vía para el aprendizaje”, Cuadernos de Educación y Desarrollo, 1: 1, versión online (<http://www.eumed.net/rev/ced/01/cam4.htm>).

Alonso Tapia, J. (2001): “Motivación y estrategias de aprendizaje: Principios para su mejora en alumnos universitarios”, en García, A. y Muñoz-Repiso, V. (dir), Didáctica Universitaria. Ed. La Muralla, Madrid. ISBN: 713-4.

Castaño, C.; Maiz, I.; Palacio, G. y Villaroel, J.D. (2008): *Práctica educativa en entornos web 2.0*, Editorial Síntesis, Madrid.

Santos, J.I.; Galán, J.M.; Izquierdo, L. y Del Olmo, R. (2009): “Aplicaciones de las TIC en el modelo de enseñanza del EEES”, Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas, 39, pp. 5-11.

Williams, M. y Burden, R. (1997): *Psychology for language teachers: a social constructivist approach*, Cambridge University Press, Cambridge.

Anexo 1. Página de la asignatura Dirección Estratégica en Facebook para la Licenciatura de Ingeniería Industrial

The screenshot displays the Facebook page for 'Asignatura Dirección Estratégica ULE'. The browser window is titled 'Asignatura Dirección Estratégica ULE - Windows Internet Explorer'. The address bar shows the URL: http://www.facebook.com/pages/Asignatura-Direccion-Estrategica-ULE/170341312982706?y=app_23730. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation links for 'Inicio', 'Perfil', 'Buscar amigos', and 'Cuenta'. The main content area shows the page name 'Asignatura Dirección Estratégica ULE' with a 'Me gusta' button. Below this are tabs for 'Muro', 'Información', 'Fotos', 'Foros', 'Cuadros', and 'Enlaces'. A sharing section offers options for 'Estado', 'Foto', 'Enlace', and 'Video'. A post by 'Asignatura Dirección Estratégica ULE y otros' is visible, featuring a profile picture of a cathedral and the text: 'Asignatura Dirección Estratégica ULE Tipos de acuerdos de cooperación: Redes interorganizativas'. The post includes a link to 'oneworld - Inicio' and mentions '94 impresiones · 0 % de comentarios'. On the right side, there is a 'Consigue más Fans' section and a 'Asignatura Dirección...' section with a 'Me gusta' button. The Windows taskbar at the bottom shows the 'Inicio' button, the system tray with the time '13:22', and the system language 'ES'.

Anexo 2. Página de la asignatura Dirección Estratégica en Facebook para la Licenciatura de Economía de la Empresa y la Diplomatura de Ciencias Empresariales

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the Facebook page for 'Asignatura Dirección Estratégica Económicas ULE'. The browser's address bar shows the URL: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=1757341090678&set=a.1757300249657.2132254.11535125C>. The browser's menu bar includes 'Archivo', 'Edición', 'Ver', 'Favoritos', 'Herramientas', and 'Ayuda'. The Facebook page header features the 'facebook' logo, a search bar, and navigation links for 'Inicio', 'Perfil', 'Buscar amigos', and 'Cuenta'. The main content area displays the page name 'Asignatura Dirección Estratégica Económicas ULE' and a 'Comunidad' section with a table of data. Below this is a 'Muro' section with a 'Publicación' button and a text input field. The page also features a 'Muro' section with a 'Publicación' button and a text input field. The right sidebar contains 'Personas que quizá conozcas' with profiles for Ignacio Soto Rodil and Liliana Suarez, a 'Patrocinado' section with an advertisement for 'Cine y Teatro -80%' from offerum.com, and a 'Ginos' section with a 'Chat (1)' button. The bottom of the browser window shows the Windows taskbar with the 'Inicio' button, several application icons, and the system tray displaying 'Internet', 'ES', and the time '17:37'.

Anexo 3. Cuestionario de evaluación de la iniciativa docente: Página Web Facebook

Hombre

Mujer

1. ¿Se ha agregado usted a la página creada en Facebook para la asignatura Administración de Empresas? Sí No

2. En caso de que no se haya agregado a la página, ¿puede indicar por qué no lo ha hecho?

- a) Por falta de tiempo o dejadez
- b) Porque no me gustan los contenidos de la página
- c) Por otro motivo. Indique cuál

Nota: Las siguientes preguntas deberán ser contestadas únicamente por los **alumnos que se hayan agregado a la página**. Si usted no se ha agregado a la página, por favor, no siga contestando este cuestionario.

3. Usted se ha agregado a la página porque:

- a) Sentía curiosidad por esta nueva iniciativa
- b) Para complementar el contenido visto en clase
- c) Otros motivos. Indique cuáles

4. Señale con qué frecuencia consultaba la página:

- Todos los días
- Cada tres días
- Una vez a la semana
- Con menor frecuencia

5. ¿Qué le ha parecido el contenido de la página?

- Bueno
- Malo
- Mejorable

6. ¿Qué le ha resultado de más utilidad?

- La información colgada en el muro
- Las cuestiones planteadas en el foro

7. El haberse agregado a la página y haber consultado la información de la misma ha aumentado su interés por la materia objeto de estudio:

- Sí
- No ¿Por qué?

8. ¿Considera que le ha sido de utilidad para su formación el haberse agregado a la página?

- Sí
- No

9. ¿Considera que es necesario hacer mejoras en esta práctica docente desarrollada?

- Sí ¿Cuáles?
- No

10. Si la iniciativa se hubiese desarrollado en otra red social distinta a *Facebook*, ¿considera usted que hubiese tenido una mayor aceptación?

- Sí Indique la red social
- No

11. ¿Le gustaría que otros profesores desarrollaran iniciativas similares a ésta en sus asignaturas?

- Sí
- No