

RESÚMENES

La innovación en la transformación educativa y social: La Fundación MacArthur, las escuelas de negocios jesuitas y el mundo

JAMES A.F. STONER

Escuela de Negocios Gabelli

Universidad de Fordham

Nueva York, Nueva York, EE. UU.

stoner@fordham.edu

RESUMEN. El 2 de junio 2016, la Fundación Mac Arthur anunció un concurso que otorgaría 100 dólares estadounidenses a un proyecto que contribuiría a la resolución de un problema significativo de la sociedad. Seis semanas después, en Nairobi, Kenia, los miembros del encuentro anual del Foro Mundial de la Asociación Internacional de las Escuelas de Negocio Jesuitas aprobaron por unanimidad una resolución sobre la entrega de una solicitud que emplea los recursos de la red mundial de las escuelas de negocios jesuitas con el fin de abordar el problema interconectado de la insostenibilidad global, la injusticia social y la pobreza. Este artículo informa sobre la solicitud del 2016 así como una posible versión para el 2019 basándose en el primero. Se hace hincapié en los cuatro aspectos de la innovación en el corazón de ambas solicitudes y el concurso de la Fundación MacArthur del 2016. Estos son: 1) el planteamiento novedoso de la Fundación MacArthur para inspirar el cambio social; 2) la innovación en la enseñanza y los temas de investigación – transformando los materiales de enseñanza y los temas de investigación en las escuelas de negocios, tanto de los jesuitas como en las demás; 3) la innovación en los procesos de la transformación organizacional – las escuelas de negocios participantes que transforman su enseñanza e investigación en un tiempo “imposible” y muy corto de solo tres años; y 4) la innovación en los procesos de la transformación social – logrando la transformación colaborativa entre las escuelas de negocio, el mundo empresarial, las agencias de gobierno, las organizaciones espirituales y religiosas y las organizaciones sin ánimo de lucro.

PALABRAS CLAVE: la sostenibilidad global, el florecimiento global; la educación sostenible; la transformación global; la Fundación MacArthur

El liderazgo, la visión y la reflexión: Aplicando los conceptos ignacianos para formar líderes transformacionales con una aplicación selecta para la sostenibilidad

DAVID W. ARNESEN

*Escuela de Negocios y Económicas Albers
Universidad de Seattle
Seattle, Washington, EE. UU.
arnesen@seattleu.edu*

RESUMEN: Las escuelas de negocios jesuitas tienen una obligación de formar líderes transformacionales éticos que trabajan para un mundo justo y humano. En abordar las necesidades de la justicia social o en dirigir el cambio para promover la sostenibilidad, estas instituciones tienen la capacidad única de aplicar los conceptos ignacianos en la formación de líderes responsables. Este artículo estudia estos conceptos, así como la percepción de la reflexión, el don que viene de empoderar a los demás, la fuerza que viene de generar confianza y la recompensa del liderazgo de servicio silencioso para ayudar a los demás a salir adelante.

Al estudiar la “formación” de líderes exitosos, examinamos la importancia de la transparencia de liderazgo para hacer cambios en ámbitos como la justicia social y la sostenibilidad. Consideraremos, por ejemplo, cómo la educación jesuita puede llenar el vacío de un liderazgo ambiental efectivo con respecto a la sostenibilidad. Demostraremos que las escuelas jesuitas están en una posición única para desarrollar las destrezas de liderazgo necesarias con el fin de facilitar este diálogo imprescindible sobre el medioambiente. De este modo, al reflexionar sobre la filosofía de desarrollar el liderazgo, veremos cómo los principios ignacianos forman la base fundamental para la formación de grandes líderes.

Por último, este artículo mira hacia el futuro de la educación de las escuelas de negocios jesuitas. ¿Cuáles son los cambios necesarios en la enseñanza del liderazgo para promover la justicia social y encabezar el cambio en la sostenibilidad? ¿Qué reflexiones sobre los conceptos ignacianos necesitan el profesorado y la administración para que las escuelas de negocios jesuitas estén en la vanguardia del liderazgo? Terminaremos la “formación” de líderes con lo que nuestras instituciones pueden hacer para fomentar el liderazgo con principios en todos los alumnos a través de la aplicación de conceptos ignacianos.

PALABRAS CLAVE: el liderazgo; la sostenibilidad; Ignaciano; la reflexión; el discernimiento

Usando el aula de negocios para ayudar a las escuelas de Fe y Alegría en Bolivia en la analítica y la visualización de patrones

KATHLEEN CAMPBELL GARWOOD

(autor correspondiente)

Departamento de Ciencias de Decisión y Sistemas

Universidad de San José

Philadelphia, Pennsylvania, EEUU

kcampbel@sju.edu

JOAO NEIVA DE FIGUEIREDO

Departamento de Ciencias de Decisión y Sistemas

Escuela de Negocios Haub

Universidad de San José

Philadelphia, Pennsylvania, EE. UU.

jneiva@sju.edu

HAYLEY F. MILES

Máster en la Inteligencia de Negocios y Análisis

Universidad de San José

Philadelphia, Pennsylvania, EE. UU.

hm671519@sju.edu

MIGUEL ÁNGEL MARCA BARRIENTOS

Fe y Alegría, Bolivia

arearegular@feyalegria.edu.bo

RESUMEN: Este artículo describe el soporte analítico que le da una clase de minería de datos en la Universidad de San José (UJS) en los últimos tres años académicos, a Fe y Alegría en Bolivia, una institución patrocinada por los Jesuitas, dedicada a la educación de los humildes, con el fin de ayudarles a buscar un modelo factible para identificar los alumnos y escuelas más necesitados. Los estudiantes de grado de la UJS, trabajando sin información socioeconómica viable de los ingresos del hogar de cada alumno en la base de datos, tuvieron que usar la creatividad en ayudar a FyAB usando solo los datos de encuesta proporcionados por los alumnos bolivianos de edad escolar. Trabajando con los representantes de escuelas de FyAB, su objetivo para cada iteración tenía un doble aspecto:

1) crear un modelo que proporciona la evidencia, teniendo en cuenta los datos de muestra actuales sobre los estudiantes más necesitados y 2) extenderlo para su aplicación a la población más grande de escuelas de FyAB. Tal proyecto es un ejemplo, tal como lo nota el Papa Francisco en su encíclica *Laudato Si'* (2015), de la importancia de la igualdad y la justicia en la educación como un medio para la sostenibilidad. De este modo, este artículo da el contexto para, y antecedentes históricos de, esta iniciativa en desarrollo, y describe sus rasgos específicos. Examina una población base secuencial de alumnos por semestre, de cómo las peticiones, los enfoques y los modelos se han evolucionado con los temas nuevos y cambiantes, y termina compartiendo un sistema creado por los estudiantes de la USJ en el otoño de 2017 – una herramienta de visualización basada en la red que se puede actualizar fácilmente y que permite un estudio eficaz de las respuestas de encuesta – para que los que quieren implementar iniciativas de ayuda a los estudiantes en Bolivia, puedan hacer un análisis más rápido.

PALABRAS CLAVE: la sostenibilidad social; la educación para los marginados; análisis de datos para la sostenibilidad; la minería de datos en la educación; la visualización de datos para la educación; la igualdad en la educación escolar

Creando pedagogía para integrar la sostenibilidad y las artes

NANCY BERTAUX

(autor correspondiente)

Económicas y Sostenibilidad

Departamento de Económicas

Universidad Xavier

Cincinnati, Ohio, EEUU

bertaux@xavier.edu

KALEEL SKEIRIK

Departamento de Música

Universidad Xavier

Cincinnati, Ohio, EEUU

skeirik@xavier.edu

RESUMEN: La creación de un mundo sostenible requiere urgentemente a los gerentes de organizaciones que hagan cambios a gran escala en las prácticas y las normas de instituciones sociales y económicas. A pesar de ser muy hablada en la educación superior y en el público, la información científica y económica sobre el medioambiente, aunque convincente, hasta ahora ha fallado en generar el progreso adecuado. Por lo tanto, en este artículo, presentamos un modelo teórico original para una pedagogía que reúne las artes y la sostenibilidad. Proponemos que la motivación o “el corazón” para iniciar estas acciones para el medioambiente y que persisten frente a la apatía social e institucional puede venir de las artes, sobre todo dada su capacidad única y comprobada por el tiempo para mover el corazón humano de manera auténtica. Además, una pedagogía de sostenibilidad que emplea las artes se podría incorporar en cualquier disciplina, en cualquier nivel de enseñanza. Esta pedagogía llega a los alumnos de manera más enfática y no solo de manera intelectual, así aumentando la intensidad y la eficacia de aprendizaje. Es cierto que al hacer hincapié en los rasgos de contenido de la complejidad, la modernidad y la igualdad/la justicia así como al incorporar la reflexión o el discernimiento del alumno, el aprendizaje experiencial y la participación de la comunidad, se aumentará más una pedagogía basada en las artes y la sostenibilidad. Teniendo esto en cuenta, examinamos brevemente algunos cursos preliminares que integran las artes y la sostenibilidad en cuatro disciplinas diferentes, incluyendo la de empresariales. Descubrimos que estos ejemplos indican que la pedagogía propuesta por esta teoría es prometedora. Por último, proporcionamos algunas propuestas específicas para profesores. La nueva pedagogía integrando las artes con la sostenibilidad podría contribuir considerablemente a la formación de futuros y actuales gerentes, que son los agentes importantes para efectuar el cambio necesario.

PALABRAS CLAVE: pedagogía de las artes y la sostenibilidad; la complejidad y la sostenibilidad; el discernimiento; la modernidad; el aprendizaje experiencial; las artes y la sostenibilidad en la educación superior

Los efectos diferenciales de las restricciones internas y externas en las intenciones de sostenibilidad: Un análisis de regresión jerárquica de los participantes de una carrera según la segmentación de mercado

GALEN TRAIL

(autor correspondiente)

Escuela de Negocios y Económicas Albers

Universidad de Seattle

Seattle, Washington, EE. UU.

trailg@seattleu.edu

BRIAN P. MCCULLOUGH

Escuela de Negocios y Económicas Albers

Universidad de Seattle

Seattle, Washington, EE. UU.

mccullob@seattleu.edu

RESUMEN: Hay llamamientos a la acción urgentes en todos los sectores empresariales para abordar los efectos del cambio climático. La industria de deportes no es inmune a estos llamamientos – los profesionales han involucrado a los participantes en impulsar las iniciativas de sus eventos en pro del medioambiente a través de campañas de mensaje creativas pero con éxito mixto. Examinamos los efectos diferenciales de las restricciones internas y externas en las intenciones de sostenibilidad según la segmentación de mercado de los participantes de una carrera. Así se amplía nuestro entendimiento de cómo involucrar a los participantes deportistas en emplear el comportamiento sostenible en un evento de deporte y se mejoran los resultados de comportamiento sostenible de las campañas de mensaje. Nuestros resultados apoyan los principios de la teoría de las restricciones y muestran que las restricciones internas deben ser abordadas para que sean relevantes las restricciones externas. Las restricciones internas como la falta de conocimiento y la falta de valor predicen la varianza en las intenciones de comportarse de manera sostenible (i.e. desechar correctamente los residuos). Después de controlar las restricciones internas, las restricciones externas como la falta de interés de los demás en comportarse de manera sostenible y la falta de acceso y tiempo, explican la varianza adicional en las intenciones de sostenibilidad. Asimismo descubrimos que cada

segmento de mercado varía en el impacto de las restricciones que inhiben a las intenciones de sostenibilidad, con la cantidad de variación en la intención de sostenibilidad explicada por tales restricciones que varían desde tan bajo como 11.4% en un segmento, hasta tan alto como 33.1% en otro. Proporcionamos entonces recomendaciones específicas para una investigación futura y hablamos de cómo los profesionales pueden usar estos resultados para mejorar estas restricciones y aumentar las intenciones de sostenibilidad.

PALABRAS CLAVE: la sostenibilidad, las restricciones, la segmentación de mercado