

APRENDER RESOLVIENDO, APRENDER A PENSAR: DESPERTAR LA CREATIVIDAD CON UNA EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE COLABORATIVO

Del Cerro Gómez, Gema M^{a1}

1: Departamento Dirección de Empresas
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad Europea de Madrid
C/ Tajo, sn. Villaviciosa de Odón. 28670 Madrid.
e-mail: gemamaria.delcerro@uem.es, web:http://www.uem.es

Resumen. *En la actividad realizada por los alumnos, se fomenta el desarrollo competencial de los estudiantes, se basa la docencia en el aprendizaje, mediante la aplicación de metodología de aprendizaje activo y participativo, basado en el proceso de pensamiento para la resolución de problemas. Allueva (2011). Se trabaja el desarrollo de las habilidades del pensamiento convergente, las habilidades metacognitivas y el pensamiento divergente o lateral thinking, el relacionado con los procesos mentales de la perspicacia el ingenio, que permite resolver problemas gracias a la creatividad. Así cómo motivarles al acercarlos al desempeño de futuras tareas, y actividades propias de su futura profesión, mediante la elaboración de un proyecto: organización de una convención de empresa.*

Tras la actividad los alumnos se sienten partícipes, entienden como poder llevar los conocimientos a la práctica, resolver problemas de forma eficaz, ser creativos. Detectan donde se han de formar más y mejor, para poder adecuar su perfil a las nuevas demandas del mercado laboral, que requieren las empresas, operadores profesionales de eventos.

Palabras clave: Aprendizaje participativo, acercamiento al mundo profesional, actividad interdisciplinar, organización de eventos, aprender a pensar, creatividad.

1. INTRODUCCIÓN

La actividad está diseñada con alumnos de 1º del ciclo de grado superior de alojamientos turísticos, en colaboración de las asignaturas: Comercialización de Eventos, Protocolo y Relaciones Públicas, dando lugar al trabajo multidisciplinar en equipo.

Basándonos en la demanda actual del perfil, que requieren las empresas que forman parte de la industria del turismo conocida como M.I.C.E, por sus siglas en inglés (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). Mercado cada vez más competitivo, que está sufriendo una profunda transformación, bajo una nueva premisa “*the meeting concept of the future*”, (Revista Hosteltur, 2011). Las empresas de este sector, conscientes, de las nuevas tendencias en el mercado de reuniones, donde la organización de un evento es más que una sala, un menú, y porque hay mil tipologías de eventos y lugares posibles para realizarlos, y que las grandes metas solo se alcanzan con la involucración de un equipo cohesionado, innovador y creativo, para ser capaces de captar más negocio de turismo de reuniones, para sus organizaciones, demandan cada vez más profesionales, que sean asesores estratégicos, creativos, que sean capaces de

satisfacer las necesidades del cliente con creatividad e innovación a la vez que prestan un servicio integral en la organización de un evento.

En base a esto y que la misión del Centro Profesional de la Universidad Europea de Madrid es: *“ser un referente de calidad en la formación profesional superior en España, formando profesionales y técnicos capaces de responder con excelencia y flexibilidad a las necesidades de cualificación de los sectores productivos y de adaptarse de forma continua a los cambios de una sociedad globalizada”*.

Diseñamos la actividad basándonos en las ventajas del aprendizaje activo, y en el uso de metodologías de aprendizaje participativas, mediante la elaboración de un proyecto: organización de una convención de empresa, basado en el proceso de pensamiento para resolución de problemas Allueva (2011). Donde se trabaja el pensamiento convergente el lógico, el reflexivo, la metacognición, pero también el pensamiento divergente, el lateral, el creativo, capaz de generar nuevas ideas.

Mediante el uso de esta metodología se pretende propiciar la adquisición de conocimientos en ambas materias, que los alumnos pongan en práctica los conocimientos teóricos tratados en el segundo trimestre en ambas asignaturas y fomentar la creatividad durante el desarrollo de la actividad. Así como contribuir en el desarrollo de las competencias más solicitadas en su futuro mundo laboral como son la toma de decisiones, resolución eficaz de situaciones o problemas, asunción de responsabilidad, trabajo en equipo, ser capaz de colaborar con otras personas, áreas, departamentos en la consecución de objetivos comunes.

En la actividad, también se involucró a los alumnos de 2º curso del mismo ciclo. Éstos, realizaron el papel de la empresa, el cliente, indicando que proyecto, según su evaluación, se adecuaba más a las necesidades planteadas.

Esta parte de la actividad, tiene una doble finalidad, por un lado se busca que los alumnos de primero trabajen habilidades comunicativas, con la exposición del proyecto a los posibles clientes, los alumnos de 2º, y por otro lado, que estos últimos rememoren, conceptos adquiridos, en el curso anterior, antes de comenzar sus prácticas en empresas, sirviéndoles también a ellos esta actividad, de refuerzo, recuerdo de materias cursadas, además de su fin primordial, ayudar a los alumnos de primero, en su proceso de aprendizaje, permitiéndoles interiorizar los conocimientos de los conceptos tratados en el trimestre en ambas asignaturas y adquirir competencias que les permitan ser futuros profesionales, técnicos capaces de responder con excelencia y flexibilidad a las necesidades de su sector productivo, el mercado de eventos, así como adaptarse de forma continua a los cambios que nos somete la actual sociedad globalizada.

En los siguientes apartados se exponen los objetivos de los profesores y los propios de la actividad que debían alcanzar los alumnos, metodología utilizada, resultados de la experiencia que se presenta y conclusiones.

2. OBJETIVOS DEL APRENDIZAJE Y METODOLOGÍA

El objetivo principal de esta actividad se basa en que los alumnos apliquen los conocimientos teóricos adquiridos, y los lleven a la práctica, abordando situaciones cercanas a su actividad profesional, que sean capaces de resolver cuestiones y/o problemas.

Pero de forma, que no se convierta en un trabajo memorístico de las estrategias de solución, de los pasos, que llevan a la respuesta del problema planteado, que les permiten abordarlo y tratarlo con éxito. Si no, que la presente actividad tiene además como objetivo, aprender a pensar.

Según Sternberg y Spear-Swerling (2007) en la teoría del razonamiento tripartito "el razonamiento está compuesto por tres tipos fundamentales: el analítico, el creativo y el práctico"

Según Allueva (2007), saber pensar, implica saber utilizar de forma adecuada los conocimientos adquiridos, pero también, las aptitudes, habilidades del pensamiento, y los recursos que tiene la persona. Entre sus conclusiones relacionadas con el aprendizaje indica: "El pensamiento es vertical, analítico, lógico.... "convergente", es imaginativo, lateral, creativo, ... "divergente", es conocimiento, reflexión, regulación, ... "metacognición". Pensar integra todo tipo de pensamientos, aptitudes y habilidades desde un estilo de pensamiento personal"

Por lo que para aprender a pensar tiene especial importancia la metacognición, el pensamiento convergente y el pensamiento divergente.

Para Medrano y Herrero (1998), las habilidades metacognitivas corresponden a la gestión de la actividad mental, poniéndolas en marcha para controlar y dirigir nuestro pensamiento y cómo consecuencia de ello nuestra conducta.

Siendo la metacognición un elemento esencial para aprender y enseñar a pensar, así como para la resolución de problemas.

Un problema incluye un estado inicial (situación actual), una meta (el resultado deseado) y una ruta para alcanzar la meta (incluyendo operaciones o actividades que lo dirigen hacia la meta).

Woolfolk (2006) define la solución de problemas cómo la formulación de nuevas respuestas que van más allá de la simple aplicación de reglas previamente aprendidas para lograr una meta. La solución de problemas sucede cuando ninguna solución es obvia.

De esta manera, con los objetivos de **aprender resolviendo** y **aprender a pensar**, se trata de contribuir e intentar dotar a los estudiantes de herramientas, estrategias generales, que les permita trabajar el pensamiento convergente: el lógico, el analítico, el meta-cognitivo: la reflexión.

Saber **llevar los conocimientos a la práctica**, para resolver el problema de forma eficaz; pero también trabajar el desarrollo del pensamiento lateral, el creativo, el relacionado con procesos mentales de la perspicacia, el ingenio. Que permite resolver problemas, con la búsqueda de otras alternativas; aprender a utilizar la mente, cuando nos enfrentamos con nuevos problemas o problemas más allá de los conocimientos actuales, o cuando estos conocimientos son obsoletos o no nos sirven para abordar con éxito el actual problema.

De esta forma, se busca que el estudiante ponga en práctica los conocimientos adquiridos, pero también trabaje el llamado "*pensamiento lateral*" o "*lateral thinking*", término acuñado Por Edward de Bono, psicólogo por la universidad de Oxford.

De Bono (1994) define el "*pensamiento lateral*" o "*Lateral thinking*" cómo un conjunto de métodos de pensar involucrados en cambiar conceptos y percepción, para incrementar la creatividad. Como un conjunto de teorías de "*pensamiento divergente*".

Es un método de pensamiento que puede ser empleado para la resolución de problemas de forma creativa, ya que, nos permite movernos para mirar, el problema con otra perspectiva y producir ideas que están fuera del patrón habitual. Lo que conlleva generar nuevas ideas. (Incubación, iluminación, verificación).

Así pues, mediante el uso de esta metodología de aprendizaje participativa, basada en el proceso de pensamiento para resolución de problemas Allueva (2011).

En la actividad planteada a los alumnos, se pretenden los siguientes objetivos:

- Motivar a los alumnos: al acercarles al desempeño de futuras tareas, y actividades propias de su futura profesión.
- Fomentar el desarrollo de competencias, tales como, la capacidad de integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas, departamentos para la consecución de objetivos comunes. Sean capaces de tomar decisiones, con el fin de resolver eficazmente situaciones o problemas. Fomentar el desarrollo de habilidades comunicativas (oral y escrita). Desarrollen su creatividad, busquen innovar, elaborando propuestas originales para su proyecto aplicando e integrando la información, conceptos teóricos y recursos facilitados en el curso, que les permita diferenciarse de la competencia (competencia: los otros grupos de alumnos, son las empresas competidoras) y conseguir al cliente. La gestión del evento.

Al finalizar la actividad, **los resultados de aprendizaje** debían ser:

- Comercializar la oferta de eventos, relacionándolos con las características del establecimiento y con la demanda.
- Planificar el evento relacionando los métodos de gestión con su tipología y objetivos.
- Organizar y promocionar eventos en el propio establecimiento, en coordinación con los diferentes departamentos implicados, gestionando los recursos humanos y materiales necesarios.
- Aplicar el protocolo empresarial describiendo los diferentes elementos de diseño y organización según la naturaleza, el tipo de acto, así como al público al que va dirigido.
- Aplicar los fundamentos y elementos de las relaciones públicas (RR.PP.) en el ámbito turístico seleccionando y aplicando las técnicas asociadas.
- Establecer comunicación con el cliente relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.
- Mantener actitudes de correcta atención al cliente analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes con relación al trato recibido.
- Supervisar la correcta atención al cliente.

3. DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD

Previo a la actividad, se realiza por parte de los alumnos, un trabajo de consulta, de investigación, mediante consulta de la webgrafía, bibliografía proporcionada, lectura de artículos de revistas especializadas en el sector. Revista MICE Hosteltur: *Recetas para innovar en el turismo de reuniones*. Octubre 2011. En esta fase, los alumnos detectan como se está innovando en el sector, qué es *Meetovation*, nuevas tendencias, en servicios de comidas y bebidas, como *brain food*, cómo se está innovando gracias al uso de nuevas tecnologías, redes sociales, cómo se promueven congresos, convenciones, mas sostenibles. Posteriormente, siguiendo el proceso en la resolución de problemas, planteado anteriormente en la metodología. Allueva (2011), se trabaja con los alumnos para el desarrollo de la actividad los cinco puntos siguientes, que se exponen en la parte inferior, en la figura 1:

- 1. Presentación de la tarea:** Organización Convención empresa. Se proporciona a los alumnos, la información de la tarea, presentando los objetivos y necesidades para dicha convención, como si se tratase de una petición real de un cliente potencial. Esto implica, elaborar una propuesta, y presentársela al cliente en la fecha acordada. (fecha que coincide con la fecha tope de entrega formal del trabajo, parte escrita, en la plataforma). Día, que también han de presentar su propuesta de forma oral a la empresa peticionaria, el cliente, (la empresa peticionaria, la forman los alumnos 2º curso). Cada grupo de alumnos de primero, son las empresas organizadoras que compiten entre sí para captar el evento.
Además de elaborar su propuesta, el diseño de evento que proponen, presupuesto del mismo, y presentarlo formalmente a los clientes. Cada grupo, como trabajo interno de cada empresa que presenta su propuesta, tiene que indicar el punto muerto o umbral de equilibrio de la convención, proporcionando los datos tanto en asistentes, cómo en euros. ¿Con cuántos asistentes, se cubren los costes totales de la convención?
- 2. Reflexión metacognitiva.** Para comenzar la actividad, debían realizar un análisis de las necesidades, trasladadas por los clientes. Es decir, realizar un análisis de los datos y objetivos perseguidos, metacomprensión. Determinar lo que sabe y lo que no sabe, lo que necesita saber, que información adicional se requiere por parte del cliente, para poder elaborar una propuesta correcta al supuesto cliente. Establecer estrategias de intervención que sean las más adecuadas, que les permita conseguir al cliente, desbancar a la competencia. En este paso se debe planificar y predecir sin olvidar ningún detalle proporcionado por los clientes
- 3. Puesta en marcha de habilidades de pensamiento convergente/yo divergente.** En esta parte de la actividad, los alumnos, ponen en marcha los procesos de ambos tipos de pensamientos, con el convergente buscan la solución más lógica, mediante la aplicación de protocolo empresarial, planificando el evento en coordinación con los departamentos implicados, dan respuesta a las peticiones del cliente, intereses económicos de su empresa,..., etc., A través del pensamiento divergente el lateral y creativo buscan más soluciones, por distintas vías. Alternativas que resulten creativas, atractivas, que hagan al cliente decantarse y confiar en su grupo, para la organización de la convención. Para finalizar con la regulación y el control de la información aportada y compartida por ambos tipos de pensamientos, les permite la toma de decisiones grupal, que contribuyen a hacerlos más efectivos, que les permita conseguir la mejor solución, propuesta al problema planteado.
- 4. Evaluación del producto,** Se evalúan las propuestas, soluciones planteadas anteriormente entre los miembros de cada grupo, verifican (juicio metacognitivo) las distintas alternativas presentadas en el pensamiento convergente y divergente. Si las soluciones aportadas no son consideradas adecuadas, se repite el proceso. Si en cambio una solución se da cómo adecuada se da como resultado el producto mental. En este caso su propuesta al cliente.
- 5. Producto mental,** En esta parte de la actividad, los alumnos realizan la toma de decisión final. Si la solución, las propuestas aportadas por los miembros del grupo, son válidas. Deciden, qué propuestas ideadas consideran viables, cómo buenas, para alcanzar el objetivo. Si es así se da por terminado el proceso de

resolución del problema. Pasando a elaborar y preparar la presentación formal del trabajo de forma que resulte lo más atractiva al cliente. Lo que permite trabajar competencias de habilidades comunicativas (oral, escrita).

Para el día de la presentación, se trasladó a los alumnos de 2º, que realizaban el papel de empresa peticionaria, los objetivos de la actividad, que conocimientos teóricos, debían de aplicarse, combinados con la creatividad. Para ello se les proporcionó una rúbrica de evaluación, que les permitió de forma individual indicar su percepción respecto al grado de cumplimiento de la tarea, así como que propuesta les resultó más original, y mejor presentada. Una vez presentadas todas las propuestas por parte de los alumnos de 1º, los alumnos de 2º, el cliente, pasaron a debatir, en función de la valoración individual previa, que propuesta, llegando a un consenso, les resultó más original, más creativa, trasladando sus impresiones y argumentos. Tras la escucha activa de los argumentos del cliente (alumnos 2º), los alumnos de 1º procedieron a aclarar, responder, las réplicas de las impresiones recibidas, por parte del cliente. Defendieron su proyecto.

La actividad, finalizó con establecimiento de conclusiones por parte de los profesores, agradecimientos y felicitaciones.

Indicando, en la plataforma moodle, la evaluación de cada proyecto, respecto al grado de cumplimiento de la aplicación de los conocimientos teóricos y el grado de cumplimiento del desarrollo de competencias transversales, e indicando propuestas de mejora o aspectos a tener en cuenta a futuro en cada caso.

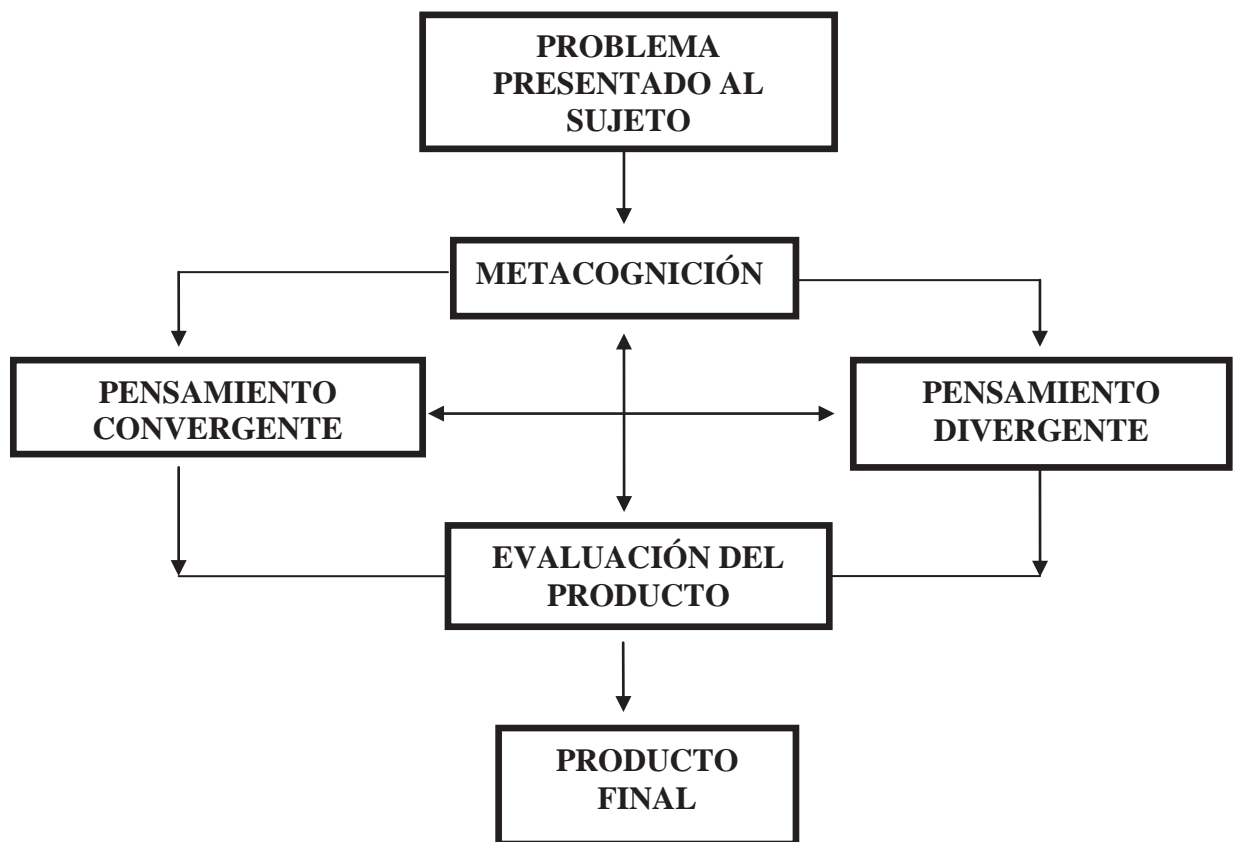


Figura.1 Proceso en la resolución de problemas

4. RESULTADOS

Los estudiantes de primero han conocido y llevado a cabo una de las muchas tareas que son propias del departamento comercial de una empresa u operador profesional de eventos. Mediante el desarrollo de la tarea, los alumnos han estado motivados, pues han estado involucrados, interesándose por conseguir la comprensión, el dominio práctico de los principios, estrategias y procedimientos en la gestión integral del evento: convención de empresa. Han trabajado de forma colaborativa en la consecución de los objetivos marcados, se han esforzado en ser creativos, y sorprender. Hubo grupos de alumnos que eligieron vestimenta formal, y adoptaron actitud profesional, para la presentación de su proyecto, aportando valor añadido, enriqueciendo la presentación de su trabajo.

Los resultados, de los trabajos presentados por los alumnos demuestran que ha adquirido los conocimientos teóricos y comprendido su aplicación práctica. Asimismo la mayor parte los alumnos no llevaron a cabo la realización de la tarea en busca del aprobado, sino que pusieron empeño en hacer el mejor trabajo, ser el grupo ganador. Respecto a los resultados obtenidos en el proceso de evaluación de los 12 alumnos que conforman el grupo de primero, repartidos en 4 grupos, para el desarrollo de la actividad, los resultados de las calificaciones obtenidas fueron 50% de los grupos obtuvieron notable alto, el 25% sobresaliente y tan solo un 25% un aprobado.

La actividad además de motivarles al acercarlos al desempeño de futuras actividades profesionales, les ha permitido desarrollar las competencias planteadas, tales como aprender a pensar, ya que han utilizado de forma adecuada los conocimientos adquiridos, pero también las aptitudes, habilidades de pensamiento y los recursos que tiene cada persona. Cada miembro del grupo se ha integrado y participado de forma activa, para la consecución de los objetivos, asumiendo su parte de responsabilidad en la tarea. La toma de decisiones que han realizado ha sido grupal durante todo el proceso. Todas las propuestas personales las planteaban y las aprobaban en grupo. Lo que les permitió planificar, gestionar la información y ponerla en práctica, así mismo han buscado alternativas que hicieran su propuesta más original, creativa que la de los otros grupos.

El día posterior a la presentación se realizó una sesión de grupo, *focus group*, con los alumnos de primero, para conocer sus percepciones, sentimientos, y su motivación tras la actividad. En la sesión los alumnos comentaron sobre diversas partes de la actividad, cuáles resultaron más o menos complicadas, y cuáles les ayudaron al desarrollar competencias, en que ámbitos se sienten ahora más duchos, también comentaron que la actividad les sirvió para detectar que competencias tienen que trabajar más, según sus propias palabras. El grupo estaba de acuerdo en que necesitaban fomentar el desarrollo de habilidades comunicativas, concretamente la competencia oral. Afirman que al tener que presentar su propuesta no ante sus profesores habituales sino hacerlo ante personas desconocidas para ellos, cómo eran los alumnos de 2º curso les supuso un gran reto.

Por otro lado Los alumnos de segundo, al asumir el papel de cliente, indicaron, que la actividad, les aportó la visión del mundo empresarial, lo que les permitió detectar, donde se han de formar más y mejor, para desarrollar la labor profesional.

CONCLUSIONES

Los resultados del aprendizaje fueron positivos, ya que los objetivos fijados fueron alcanzados por los grupos que participaron en la actividad. Por lo que basar la docencia

en el aprendizaje y no en la enseñanza, (mera transmisión de los conocimientos) estimula el interés y la motivación por el desarrollo de sus habilidades. Lo que permite desarrollar competencias transversales en la docencia.

Aprender resolviendo y aprender pensando son metodologías básicas en el desempeño de cualquier actividad profesional lo que permite su aplicación a cualquier disciplina. Aprender resolviendo y aprender pensando, permite la construcción del aprendizaje de forma que el alumno, formula nuevas respuestas que van más allá de la simple aplicación de reglas previamente aprendidas para lograr una meta.

Respecto a las conclusiones personales, decir que las técnicas de innovación docentes, así como los principios de basar la docencia en el aprendizaje son la manera de proporcionar a nuestros estudiantes de aptitudes y actitudes que les sirvan para afrontar los nuevos retos de los nuevos tiempos. Pues el aprendizaje de los alumnos se optimiza, cuando entienden el porqué y el para qué de lo que hacen. Que enseñar a pensar, representa no darles la “ciencia”, si no enseñarles a adquirirla cuando la necesiten, utilizando el proceso de pensamiento de resolución de problemas.

5. REFERENCIAS

- Allueva, P. (2011). *Aprender a pensar y enseñar a pensar. Proceso de resolución de problemas*. En J.M. Roman, M.A Carbonero y J.D Valdivieso (Comp.), *Educación, aprendizaje y desarrollo en una sociedad multicultural*. Madrid: Asociación de Psicología y Educación.
- Allueva, P.(2002). *Desarrollo de habilidades cognitivas: programa de intervención*. Zaragoza: Consejería de Educación y Ciencia. Diputación general de Aragón.
- Allueva, P., Herrero, M.L y Franco, J.A (2010). *Estilo de pensamiento del alumnado y profesorado universitario. Implicaciones educativas*. REIFOP, 13 (4), 227-240.
- De Bono, E.(1986) *El pensamiento lateral*. Barcelona: Paidós
- Dorado, J.A., García, M.I. (2010). *Protocolo, relaciones públicas y comunicación*. Ed. Síntesis. Madrid
- Flavell, J.H. (1981). Cognitive monitoring. In W.P. Dickson (Ed.), *Children´s oral communication skills*. New York: Academic Press, 35-60.
- Hosteltur MICE 2013. Congresos, Convenciones e incentivos.
- Hosteltur: Los hoteles se adaptan a las exigencias del cliente de congresos. Nuevas estrategias y nuevos productos irrumpen en el mercado. Enero 2012
http://www.hosteltur.com/154980_hoteles-se-adaptan-exigencias-cliente-congresos.html
- Hosteltur: Recetas para innovar el turismo de reuniones. Octubre 2011.
- Medrano, M.G y Herrero, M.L. (1998). *Aplicación de estrategias metacognitivas en la escuela infantil y primaria*. Teruel: Universidad de verano.
- Roca Prats. J.L (2012). *Comercialización de eventos*. Ed. Síntesis Madrid
- Sternberg, R.J. y Spear-Swerling, L. (2000). *Enseñar a pensar*. Madrid: Aula XXI
- Woolfolk, A.E (2006). *Psicología Educativa* (9ª Ed.). México: Prentice-Hall Hispano Americana.