

# El mercadeo relacional desde el aprendizaje

Rubén Darío Vásquez Estrada  
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables  
Corporación Universitaria Adventista

---

Nuestro estudiante unacense, consciente o inconscientemente, todos los días en sus actividades académicas y laborales está viviendo el mercadeo relacional, independientemente de su perfil de formación profesional que esté recibiendo. En su acercamiento a la cátedra, en cada una de las aulas en que las recibe, está realizando procesos de aprendizaje, con establecimiento de comunicaciones, que ojalá fuesen duraderas, con el gran propósito de tener relaciones de amistad con todos sus clientes internos, compañeros, profesores y administradores de la Corporación o del trabajo, identificando y satisfaciendo sus necesidades de liderazgo, autoestima, reconocimiento, realización personal y en fin, otras tantas situaciones por que vive todo el tiempo.

El proceso de aprendizaje que cada uno vive como estudiante de la Corporación, en la nuestra y

en todas, y como se lo he dicho a mis estudiantes que atiendo en la UNAC, posibilita la retención de información, en un proceso que les facilita la comunicación o el mercadeo relacional del que quiero hablarles. La National Training Laboratories Institute ha propuesto la siguiente pirámide del aprendizaje, en la que se me ocurre deben pensar todos ustedes, a la cual se he hecho la debida interpretación; veámosla, de manera conversada:

El aprendizaje se inicia con la atención en clase, que da una retención de información del 5%, para luego acompañarla de la lectura que se asigna o se consigue, siempre con el fin de profundizar en el tema visto, con el objetivo de obtener niveles de retención de información mayores; en este caso, con los dos procesos anteriores, del 10%; el acompañamiento siguiente a estas dos fases, debe estar soportado

con apoyos audiovisuales, tan afines a nuestras juventudes modernas, en las que están los estudiantes unacenses, y los de todas las universidades; y con ello, lo recibido en clase, y lo leído después, les dará retención de información del 20%, tan importante tener para cuenta, sobre todo por la fuerza que le da a la memoria visual, que hoy en día tiene todos los recursos disponibles y que los estudiantes deben asumir en sus procesos de aprendizaje. Continuando, es importante que con todo esa información retenida, se puedan establecer comunicaciones interesantes y por ende, relaciones duraderas, como lo dije antes, para ejemplarizar un mercadeo relacional que posibilita aún más el aprendizaje de cada uno de los estudiantes. Pero todo no acaba acá, deben además llegar a demostraciones de lo que saben o aprendieron con los tres recursos anteriores para obtener un 30% de retención de la información. Esta fase resulta igualmente de especial valor porque acá es donde se inicia el proceso de exigencia personal y de grupos en la transferencia de información y experiencias. Este proceso de aprendizaje, llevado hasta esta fase, propicia proceso de emprendimiento y empresarismo, hoy de especial jerarquía en la materialización de los procesos de aprendizaje ya abordados desde la niveles escolares, y avalados por la exigencia que trae la Ley 1014 de 2006 en Colombia, por medio de la cual se les exige a las instituciones educativas la

difusión del emprendimiento para el empresarismo de los alumnos.

Todavía es poco, espero que así lo crean quienes están leyendo el artículo; además, porque se debe llegar a niveles mayores de retención de información en el aprendizaje, para propiciar espacios de concertación, de trabajos de grupo y de equipos; por lo tanto, continuemos ampliando ese porcentaje de retención de información, tan valioso para establecer comunicaciones efectivas entre los estudiantes y en general entre las personas, con una fase, que a mi manera de ver enriquece de modo muy profundo el aprendizaje. Por lo tanto, ahora viene que para conseguir ampliar ese porcentaje que traemos, y llegar al 50% de retención de información, el alumno debe participar en grupos de discusión, con lo cual se le posibilita interactuar y por ende, relacionarse, y por qué no, profesionalizarse. Es esto en parte lo que tipifica un mercadeo de relaciones con los demás, con sostenibilidad en el tiempo, si se hace parte de equipos de trabajo de buen rendimiento.

¿Quiere continuar ampliando sus niveles de retención de información? Ahora que lleva el 50% en el entendimiento de las cinco fases relacionadas hasta acá, si es así, sigamos, con todo lo que les he mencionado, ser atentos en clase, leer después de clase, apoyarse en ayudas audiovisuales para alimentar la memoria visual y auditiva, y demostrar en conversaciones y exposiciones o como les he dicho

en grupos de discusión, que saben lo que dicen, realice entonces, para continuar, el proceso de poner en práctica lo aprendido, para que de esta manera obtenga una retención de información de un 75%, que creo que le resulta muy interesante; casi podría decirse ya que es una habilidad o una competencia en el tema sobre el cual ha llevado este proceso que les estoy planteando, espero que sí.

Ahora, como decía un amigo, “que para ser excelente sólo debe excederse”, llegue al máximo nivel de retención de la información que ha recibido y obvio aprendido; para ello debe terminar el último eslabón de la pirámide del aprendizaje que vengo mencionando, enseñando a otros lo aprendido y obtendrá un 90% de retención de la información. Esto no significa que deba ser docente o profesor en una institución educativa; esto significa que usted, como potencial egresado de un programa de formación, técnico, tecnólogo, profesional o de nivel de posgrado, siempre estará obligado a presentar informes de gestión, a cualquier nivel, y esto le exigirá hacer ponencias, que en este caso tipifican una “buena clase”, como lo diríamos en la academia.

¿No cree usted alumno unacense o cualquier otro alumno o persona que tenga la oportunidad de leer este artículo, que muchos de los pastores, misioneros, docentes y funcionarios, en nuestro caso en la UNAC, ya están en este eslabón, por la información que transmiten y ejemplarizan? Si así lo cree, por

favor inicie con esta práctica que le ayudará a su crecimiento personal y profesional.

Este es pues un enfoque para establecer un buen mercadeo relacional o CRM (Customer Relationship Management), o mercadeo de relaciones con el cliente, para que pueda aplicarlo entre amigos, compañeros y familiares, con la seguridad de que le reportará un buen programa de relaciones públicas, tan necesario en nuestra vida diaria para nuestra proyección como personas competentes.

El ambiente planteado hasta el momento en la búsqueda de futuros, en el proceso de retención de información dentro del proceso de aprendizaje que se ha presentado, me lleva a estudiar más, para su reflexión y profundización sobre diferentes tópicos desde el contexto del aprendizaje. Recuerdo a Scharmer cuando planteaba, a mi juicio muy acertadamente, que hay dos fuentes de aprendizaje: la primera, la más utilizada y conocida, y que viene incorporada en nuestros modelos educativos resultantes de la cosmovisión occidental/cartesiana, que es aquella en la cual se aprende a través de la reflexión sobre las experiencias del pasado. Cuando se dice que aprendemos desde lo que ya hemos realizado, sobre la praxis, sobre las vivencias y por ende, experiencias, este proceso nos lleva a observar lo que previamente hemos hecho; reflexionar sobre ello y sacar conclusiones; lo que nos permite planificar lo que haremos en adelante

ante situaciones que nos parezcan similares; y desde allí volver a actuar. Esto es bien importante, si se tiene en cuenta, en el desaprender para aprender, tarea que nos exige actualizaciones permanentes y por ende, aceptación de los cambios que se dan permanentemente.

La otra fuente de aprendizaje que Scharmer propone es otra forma de aprender, que no es antagónica con la anterior, sino que se complementa, como decía él, a través de la presencia en futuros emergentes. Esto es, mediante la presencia (estar presente) desde la cual surge la posibilidad de futuro. La práctica del estar presente, intensificando el aquí y ahora en un espacio de quietud y apertura, posibilita la llegada del llamado “insight” (hallazgo), y de eso se habla cuando iniciamos procesos de aprendizaje, para la formulación de ideas de negocios, en un grupo con buenas relaciones mentales y de comunicación por la información que tienen sobre un proyecto específico. Scharmer dice que muchos de los grandes descubrimientos o momentos memorables de la historia han sido fruto de un “insight”. Esta es entonces una visión heurística, o sea bibliográfica y documental, como atisbo de la información preliminar, sin detalles, de un hallazgo, para llegar a profundización o hermenéutica, por la interpretación objetiva de dicha información, con lo cual se posibilitan hallazgos y por ende, aprendizajes.

Scharmer ilustra en este sentido la teoría de la relatividad de Einstein,

“El Mesías de Handel”, o el “Eureka” de Arquímedes, entre muchos otros, son ejemplos de una visión de futuro, por lo que después del hallazgo dado se vino una gran claridad sobre qué hacer y en realidad sobre lo hecho ya registrado en la historia. Por ello, desde acá se debe plantear un proceso de aprendizaje en dos fases, que conectadas con la pirámide del aprendizaje descrita en los porcentajes de retención anteriores, y se posibilitan la relaciones mentales y de comunicación donde se comparten esos hallazgos.

Continuando con lo planteado por Scharmer sobre el aprendizaje y por tanto, en la posterior relación mental que se posibilita, él ha sistematizado sus ideas en el llamado proceso U que posibilita el aprendizaje, haciendo que el futuro emerja como aprendizaje. Dice que el “insight” o hallazgo es una luz que hay que trabajar para que se cristalice en un cambio de relevancia; es, en otras palabras, un proceso de aprendizaje para convertir el hallazgo en una innovación. En esto creo muchísimo, porque es allí donde se configuran los proyectos de emprendimiento para el empresarismo futuro, o lo que es lo mismo, la gestión de negocios, que se pregona desde todas la aulas de clase hoy en día y que por tanto, requiere la interdisciplinariedad, alimentada obviamente por el aprendizaje y por consiguiente, el conocimiento, como se plantea en la pirámide del aprendizaje.

En este proceso, como sucede con los modelos educativos y en general

de la sociedad en la que vivimos, nos educaron para el análisis, mermando nuestra capacidad para la intuición y la visión que forman parte de nuestra capacidad natural de ser humano. El proceso U, con todo lo dicho, nos anima a que todos podamos desarrollar estas capacidades para alcanzar un “insight” o hallazgo.

Sin embargo hay que recordar que los procesos y por tanto, modelos educativos que se vivieron desde el siglo XIV y que fueron desarrollados en el siglo XVIII, no pueden quedarse ahí porque los conocimientos crecen exponencialmente; como el aprendizaje se proyecta a lo largo de la vida, los estudiantes de hoy requieren sistemas más flexibles que les posibiliten una buena retención de información con educación recurrente para incrementar la competitividad. No debe entonces olvidarse que el último objetivo de la enseñanza es el aprendizaje, creando por parte del docente entornos en los cuales resulte inevitable el aprendizaje. La educación hoy debe tener como objetivo primordial producir profesionales capaces de aprender con autonomía, con enfoques de personalización para el rendimiento y la competitividad profesional.

El proceso de Scharmer plantea, en consecuencia, cómo alcanzar los “insights” o hallazgos para enfrentar problemas de alta complejidad, aquellos para los cuales no se tienen soluciones aprendidas, sino que tienen que emerger. Esto significa que tenemos que regenerarnos: cambiar nuestra forma de pensar y ver. Este

proceso, que él llama U, formula una metodología para realizar esa regeneración. Este proceso de aprendizaje consta de tres fases: percibir, presenciar y darse cuenta. Cada una de estas fases requiere unas condiciones específicas para facilitar el aprendizaje. Por ejemplo, viajar a lugares estimulantes o estar en lugares donde se reciba mucha información, es bueno para la fase de percibir. En otras ocasiones, para presenciar, se requiere un espacio tranquilo y reflexivo en el cual encontrar el sentido de los pensamientos y sentimientos. Veamos cada una de las fases.

La primera fase es percibir

Definida como la incapacidad de ver, es una de las grandes barreras para enfrentar problemas complejos en el aprendizaje; recordemos que no hay peor ceguera que la inconsciencia de ser ciego o dicho de otra manera, en otro escenario de aprendizaje que: “No hay pero sordo que el que no quiere oír”. Normalmente vemos en el aprendizaje a través de nuestros modelos mentales, de nuestros juicios, guiones y hábitos. Tenemos una posición de verdad frente a lo que nos pasa, sin mayores cuestionamientos, estamos llenos de paradigmas que frenan el dinamismo en el aprendizaje. Ello impide que emerjan respuestas innovadoras, nuevas, diferentes y, en consecuencia, más acertadas. Pues la innovación requiere disrupción, o sea, quiebre, separación forzada para que el aprendizaje se dé adecuadamente.

La fase de percibir nos invita en el aprendizaje a abrirnos, a descubrir la realidad y ver la totalidad del sistema del que formamos parte. Nosotros somos parte del problema, este no nos es ajeno, de modo que debemos superar nuestros propios modelos mentales, y con ello posibilitaremos aprendizajes mayores, hoy queriéndose perpetuar como competencias en el saber, el hacer, el convivir y por ende, el ser.

Para descubrir la realidad, desde esta fase de la percepción, Scharmer propuso desarrollar dos capacidades:

1. Suspender el juicio: ser consciente de que nuestra mirada sobre las cosas afecta la realidad y que la estamos mediatizando y condicionando siempre. Por ello debemos ser conscientes de nuestros límites y por tanto, ser capaces de superar la mirada surgida de nuestros juicios. La tarea es, por tanto, superarlos desaprendiendo muchos de los juicios y por qué no decir, paradigmas que tenemos.

2. “Redireccionar”: se trata de desarrollar la habilidad para escuchar y ver desde distintas posiciones, extendiendo nuestro sentido del lugar y del espacio. Por ello es importante pensar desde el lugar del otro. Empatizar, es decir, con la capacidad de identificarse con otra persona sin el concurso de conceptos. En otras palabras, ponerse en la piel del otro. Ver desde otro ángulo. Descubrir la realidad como un todo. Superar la visión fragmentada del mundo.

Como se puede ver, esta

fase requiere unas condiciones particulares; estando receptivo a recibir y buscar mucha información, quizás viajar, entrar en contacto con muchas personas de perfiles y áreas de conocimiento diversos y, sobre todo, estar abierto a conocer y sentir.

La segunda fase es presenciar

En esta fase se trata de descubrir, según Scharmer, nuestro conocimiento profundo de lo que está pasando en el sistema, en el mercado, en la organización, en nuestras familias, en fin, en todos nuestros entornos. El papel que tenemos en ellos, en estos escenarios, y lo que individual y colectivamente, con buenas relaciones y comunicaciones, con un buen mercadeo de relaciones, hay que hacer al respecto. Es además la capacidad de conectarse a la más alta posibilidad de construcción de futuros que quieren emerger. La presencia de la que estamos hablando requiere no solo la apertura de la mente, sino aspectos más sutiles como el corazón, la voluntad y el sueño, entre otros, para acceder al conocimiento profundo del ser.

Presenciar representa la intencionalidad que debemos tener. Por ello se debe considerar un espacio para la espontaneidad y la intuición, de un gran valor en los procesos de aprendizaje. Es conectarse con la fuente de información, y la pirámide del aprendizaje anterior lo fundamenta. No olvidemos que la espontaneidad, en muchos de los casos, ha sido muy menospreciada

por el pensamiento racionalizado y la mente cartesiana o metódica. Pero es una habilidad natural del ser humano, que le suministra una fuente de creatividad natural, creatividad sin estorbos, sin deliberación, y es de alguna manera el futuro que emerge. Es todo lo contrario de la acción que busca un fin. El acto espontáneo carece de propósito: por ello lo importante no es buscar, sino encontrar.

En esta segunda fase deben desarrollarse las siguientes dos capacidades:

1. Dejar ir. Abandonando lo que creemos: los conceptos, los guiones, los instrumentos y las ideas. Ceder y entregarse a lo que sea que tiene que surgir. Para ello hay que tener valor y perder miedo al vacío que ello genera. Se trata entonces de entrar en un estado de profunda receptividad, de apertura individual y por ende, grupal. Por ello se debe navegar o hacer una inmersión en lo misterioso e incierto, abandonando las certezas. Ya no nos sirven las recetas, porque nos encierran, nos impiden. Por esto no debemos poner mente, no elegir, como en el Tao, y dejar que las cosas fluyan.

2. Dejar venir: este es un punto muy difícil, ya que representa un cambio de acción, un nuevo compromiso de parte de nosotros. Por ello se requiere una nueva comprensión de nuestra valoración, tratando de dejar que una nueva visión sobre un aspecto entre en nosotros; una nueva mirada sobre un problema determinado, por ejemplo.

En esta fase se requiere un ambiente

tranquilo, pasar tiempo solo, quizás en la naturaleza, saliéndonos de nosotros mismos y vernos como parte de la totalidad, escuchando nuestras voces interiores, más íntimas, de modo que surja claridad sobre el camino por seguir. En esto, no lo olvidemos, trabajan siempre los líderes; por ejemplo, no es raro ver a un presidente, un director de una compañía, de una entidad, buscar la soledad en un club, para producir ideas que se convierten en potenciales proyectos.

La tercera fase es darse cuenta

Esta fase es de múltiples conclusiones que se despliegan con el tiempo. Se llega a esta fase sabiendo claramente lo que hay que hacer, porque las dos anteriores ya han posibilitado esto. Se tiene la visión, aunque el cuadro no está del todo pintado, aún le faltan retoques porque no sabemos aún cuáles son algunos de los detalles. Hemos hecho un descubrimiento acerca de cómo afrontar el problema, ahora hay que construir la solución.

Por ello las capacidades de esta fase son:

1. Cristalizar: no se sabe muy bien dónde nos llevará la idea en el proceso de aprendizaje que hemos realizado hasta el momento, pero sí qué pasos debemos seguir, tenemos la idea del cuadro que queremos pintar pero no los detalles. Esta capacidad demanda poner intención en lo que se hace: traducir la solución emergente en una solución concreta.

2. Hacer prototipos: en esta capacidad se exige llevar las ideas

a creaciones físicas, experimentar, dar vueltas, insistir, no renunciar y ende, probar. Y luego cambiar, equivocarse, errar mucho y pronto, ello no importa porque acá está en parte el aprendizaje, porque este es un proceso de cultivo, de exploración del futuro desde la acción, desde el juego, por ejemplo. Esta fase requiere que experimentemos desde el cuerpo, que integremos mente, corazón y manos para hacer diseños. Recuerdo en esta capacidad, lo que José Hincapié, uno de mis docentes preferidos de mi bachillerato decía: “La experiencia es un zurrón de fracasos que llevamos a cuestas”.

3. Materializar: difundir la innovación, la manera como enfrentamos el problema adaptativo o seleccionado, para que sea incorporado en la organización, requiere confiarlo en lo que viene y en las personas. Se trata, al fin de cuentas, de crear ecosistemas, espacios que se autorregulen en la sustentabilidad de sus soluciones, que son al fin y al cabo, respuestas dinámicas a problemas complejos, como los que se deben abordar permanentemente y por lo cual se constituyen en retos de nuestra vida diaria.

Pienso que la mayor crisis de nuestro tiempo, en los procesos de aprendizaje es el modelo de pensar el cómo enfrentar los problemas. Hasta ahora lo hemos venido haciendo desde una dimensión visible. En una organización lo visible es lo que hacemos, decimos y vemos. Lo invisible es la condición interior

de sus participantes. Es decir, la fuente originaria de lo que decimos, vemos y hacemos. De relevancia en la comunicación para construir modelos de aprendizaje, porque desde ellas se gestionan los proceso de comunicación fluida para el logro del éxito esperado. Por ello la esencia del liderazgo es cambiar el lugar interior desde el cual operamos, pues es lo que incide en el mundo visible. Con todo, la Teoría U de Scharmer propone un equilibrio entre lo visible y invisible. Si usamos como metáfora el árbol para explicar esta situación de lo visible y lo invisible para nuestros proceso de aprendizaje: sabemos que éste para crecer equilibradamente debe hacerlo para arriba y para abajo: sus ramas y follajes (arriba) y sus raíces (abajo). La calidad de vida del árbol dependerá de sus dos dimensiones. Para las personas y las organizaciones ocurre lo mismo, espero que así lo veamos con solvencia para lo que tenemos que emprender todos los días.

Todos sabemos que hoy son tiempos inciertos, complejos y cambiantes, lo que hace necesario el cultivo de lo sutil, el retorno a la fuente originaria del conocimiento en los procesos de aprendizaje. La progresiva racionalización que han tenido la acción humana y las organizaciones ha hecho paradójicamente al ser humano mucho más vulnerable, irracional e insensible. Esta teoría de Scharmer nos propone una nueva síntesis de la comprensión de la acción humana y



la forma de conocer y hacer. Este es un modelo de aprendizaje abierto a la innovación, a lo nuevo, y se hace reconociendo y reconciliándose, a través de la criticidad, con el pasado, con lo existente, con lo actual desde nuestra perspectiva. Es un movimiento dialógico de progreso y retroceso, de racionalidad y mística, de prosa y poesía, forcejeo innovador y nueva síntesis. Con todo esto termino el análisis del aporte de Scharmer desde su ponencia sobre los diferentes esquemas planteados en torno al proceso de aprendizaje.

Ahora, queriendo ampliar aún más este tema de la importancia de la retención de información en los procesos de aprendizaje y por ende, en los esquemas eficientes de comunicación, creo importante considerar también el enfoque del aprendizaje basado en problemas (ABP), como una manera distinta de concebir la educación para el aprendizaje, con casos de la vida real; además, como una forma de aprender en comunidades, como lo dice el mercadeo con enfoque perceptual, en donde los integrantes, los alumnos, las personas, desde sus aprendizajes, le aportan muchísimo a la solución del problema, si se tiene en cuenta que hacemos parte de él, por los pensamientos de mayor calidad, con propuestas de construcción de competencias genéricas y específicas desde el aprendizaje en acción-“learning by doing”.

El ABP (aprendizaje basado en problemas) es entonces un enfoque pedagógico multi-metodológico y

multididáctico, encaminado a facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje y de formación del estudiante. En este enfoque se enfatizan el auto-aprendizaje y la auto-formación, un importante enfoque individual que posibilita el ejercicio de las fases planteadas por Scharmer, procesos estos que se facilitan por la dinámica del enfoque y su concepción constructivista ecléctica.

Como el enfoque de ABP se fomenta la autonomía cognoscitiva, se enseña y se aprende a partir de problemas que tienen significado para los estudiantes; se utiliza el error como una oportunidad más para aprender y no para castigar y se les otorga un valor importantes a la autoevaluación y a la evaluación formativa, cualitativa e individualizada, tan importantes hoy en día, porque desde ahí se establecen las relaciones mentales y de comunicación que vengo mencionando y desde ahí se propicia el mercadeo relacional.

Es el estudiante entonces el que decide cuáles contenidos o temas deberá abordar o estudiar para resolver los problemas o casos objeto de estudio; es el propio estudiante el que se propone objetivos instruccionales al identificar las necesidades de aprendizaje y evalúa permanentemente su aprendizaje y la adquisición de habilidades, competencias, destrezas y actitudes. Para un mejor entendimiento de lo expuesto anteriormente, vale la pena analizar y reflexionar sobre cada una de las acciones que el

estudiante deberá hacer en el enfoque pedagógico de ABP.

En primer lugar, se plantea que es el alumno quien decide cuáles contenidos o tópicos deberá estudiar para resolver los problemas o casos propuestos. Con lo cual debe considerar: a) acercarse al problema o caso con unos conocimientos y experiencias previamente apropiadas que le permiten comprenderlo en parte; b) considerar que hay elementos que desconoce (por ejemplo, terminología, definiciones, conceptos), que son importantes en el conocimiento y comprensión para el estudio de la situación problemática y para la elaboración de las propuestas de solución totales o parciales; c) que al identificar las necesidades

de aprendizaje, se deben trazar unos objetivos de aprendizaje y de formación propios e individuales, los cuales puede compartir con el grupo de discusión y d) que como resultado de la búsqueda de información, surgen nuevas necesidades de aprendizaje.

En segundo lugar, el estudiante al identificar las necesidades individuales de aprendizaje, establece objetivos igualmente individuales de aprendizaje y de formación.

Y en tercer lugar, el estudiante tiene la oportunidad de auto-evaluar su aprendizaje y la adquisición de habilidades, competencias y actitudes. Veamos la ilustración de este método de ABP:

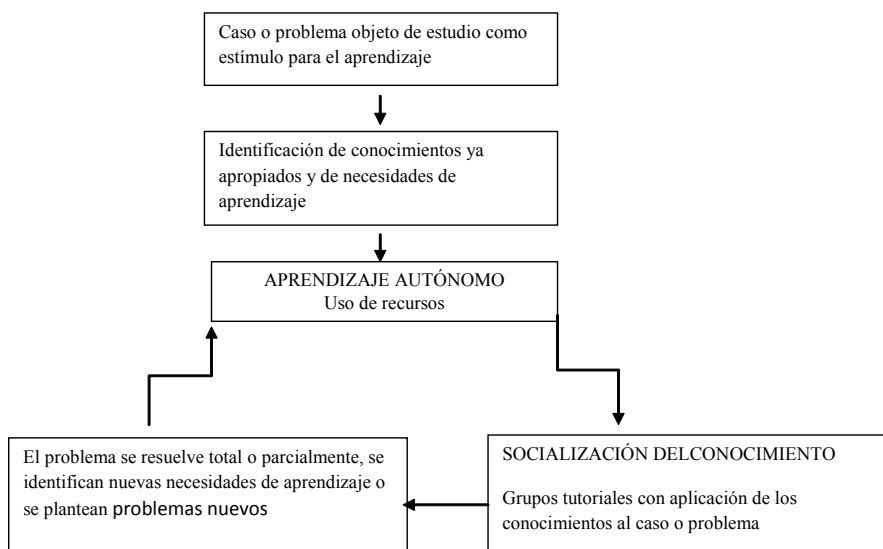


Figura 1. Modelo del enfoque pedagógico del aprendizaje basado en problemas

## RESUMEN

Desde el mercadeo relacional, visto siempre desde el mercadeo mismo y nunca en relación directa con los procesos de aprendizaje, he planteado este importante tema por la clásica propuesta tácita de los alumnos actuales, que desde muy temprana edad académica, realizan sus compromisos conformando grupos y no equipos de trabajo, con comportamientos de delegación de trabajo entre ellos, generando resultados de calidad muy fragmentados, sin la forma ni prosa debidas, sin la sintaxis y por ende, sin el discurso objetivo esperado.

Trabajar en equipo exige unas relaciones mentales, de aprovechamiento de la información, dado desde la reflexión que hago de la matriz del aprendizaje.

El artículo expuesto reúne entonces cuatro temas básicos para el análisis del estudiante o lector que tenga la oportunidad de acceder a esta revista, todos ellos conectados en función del aprendizaje, siempre apoyado por unas relaciones mentales, de equipo, y por ende, de comunicación; los temas son la pirámide del aprendizaje, el mercadeo relacional, la teoría de Scharmer y la metodología del aprendizaje basado en problemas.

### Palabras claves

Este artículo tiene algunas palabras clave que se deben relacionar para su mayor comprensión:

Mercadeo relacional: es un enfoque de mercadeo concentrado en la retención del cliente, con alto compromiso, de relaciones objetivas con los demás para obtener de ellos una gran rentabilidad de información.

Pirámide del aprendizaje: modelo de retención de información que propone la National Training Laboratories Institute de Estados Unidos, para facilitar desde la comprensión el aprendizaje.

C.R.M o “Customer Relationship Management”: se considera el mercadeo de relaciones con los clientes o llamado también mercadeo relacional.

Futuros: son escenarios que se deben buscar con pensamiento estratégico.

Praxis: se puede definir como la práctica.

Heurística: es la información bibliográfica y documental que se reúne para análisis posteriores.

Hermenéutica: es la interpretación de la información bibliográfica y documental para la conformación del debido discurso o informe.

Proceso U: es hacer que el futuro se tome como aprendizaje, que emerja como insumo para los procesos de aprendizaje.

Mediatizando: intervenir dificultando o impidiendo la libertad de acción de una persona.

ABP: Aprendizaje basado en problemas.

Dialógico: colaborativo, con interacción entre dos más hablantes.

## Cibergrafía

Scharmer, Otto. Theory U: Leading. Recuperado el 16 de septiembre de 2009. [www.librarything.com/author/scharmercotto](http://www.librarything.com/author/scharmercotto)

National Training Laboratories Institute, Bethel, Maine, USA. Pirámide de aprendizaje. Recuperado el 16 de septiembre de 2009

[www.seocharlie.com/.../el-seo-dentro-de-la-pirámide-del-aprendizaje](http://www.seocharlie.com/.../el-seo-dentro-de-la-pirámide-del-aprendizaje)

Spencer, Larry D. Aprendizaje basado en problemas. Recuperado el 16 de septiembre de 2009

[www.studygs.net/espanol/pbl.htm](http://www.studygs.net/espanol/pbl.htm)