



Trabajo Final de Máster

CURSO 2018-2019

Metodologías de aprendizaje activo para potenciar la creatividad en la FP

**Máster universitario en profesor de educación secundaria
obligatoria y bachillerato, formación profesional y enseñanzas de
idiomas**

Autor: Rubén Navarro Aznar

Tutora: María Luisa Flor Peris

“Dímelo y lo olvidaré,
enséñamelo y lo recordaré,
implícame y lo entenderé,
apártate y actuaré”

(Proverbio chino)

RESUMEN:

El presente Trabajo Final de Máster (TFM) plantea como objetivo principal comprobar en qué medida las metodologías de aprendizaje activo contribuyen al desarrollo de capacidades creativas en los alumnos de formación profesional (FP). La modalidad de TFM que se ha adoptado para llevarlo a cabo es la mejora educativa.

En el trabajo se realiza una revisión teórica sobre el concepto de creatividad y su importancia, los componentes que la forman y cómo se puede potenciar. A continuación, se centra en el aprendizaje basado en problemas (ABP) y *role playing*, como metodologías de aprendizaje activo que fomentan la capacidad creativa.

La metodología adoptada para desarrollar el TFM es la investigación acción. Para ello, primero, se concreta el foco del proyecto, con la recogida de información. Seguidamente, se implanta el plan de mejora en las sesiones de aula aplicando el ABP y *role playing*, se recoge nuevamente información y se analizan los datos obtenidos. Por último, teniendo en cuenta los resultados, se plantean una serie de reflexiones.

Los resultados obtenidos muestran un aumento general en el nivel creativo del alumnado, especialmente en lo relativo a la dimensión de facilidad para la formulación de problemas y concreción de focos creativos y el nivel de conciencia de ser creativo. Estos resultados permiten destacar que el aprendizaje activo a través de las metodologías que favorecen el desarrollo de los componentes de la creatividad, como son el ABP y el *role playing*, pueden fomentar la creatividad en el alumnado.

Palabras clave: Creatividad, educación, aprendizaje activo, plan de mejora, investigación acción y desarrollo.

ABSTRACT:

The present Final Master's Project (TFM) proposes as its main objective to verify the mean in which active learning methodologies contribute to the development of creative abilities in vocational training students (FP). The modality of TFM that has been adopted to carry it out is the educational improvement.

In the work a theoretical revision is made about the concept of creativity and its importance, the components that form it and how it can be enhanced. Next, it focuses on

problem-based learning (PBL) and *role playing*, as active learning methodologies that improve creative capacity.

The methodology adopted to develop the TFM is the action research. First, the focus of the project is concreted with obtained information. Next, the improvement plan is implemented in the classroom sessions applying the PBL and *role playing*, after that, information is collected again, and the data obtained is analyzed. Finally, considering the results reflections appear.

The obtained results show a general increase in the creative level of the students, especially in relation to the dimension of ease for the formulation of problems and concretion of creative focuses and the level of awareness of being creative. These results allow us to emphasize that active learning through the methodologies that favor the development of the components of creativity, such as PBL and *role playing* can encourage creativity in students.

Keywords: Creativity, education, active learning, action research, development.

INDICE

1.Introducción.....	9
2. Creatividad.....	10
2.1 Definición e importancia de la creatividad.....	10
2.2 Componentes de la creatividad.....	12
2.3 Barreras a la creatividad.....	13
3. Enseñanza de la creatividad en el aula.....	14
3.1 Fomento de la creatividad en el aula.....	14
3.2 Principios de la creatividad en el aula.....	15
4. Metodologías de aprendizaje activo para potenciar la creatividad frente a la enseñanza tradicional.....	16
4.1 Enseñanza tradicional.....	16
4.2 Metodologías de aprendizaje activo.....	17
5. Aplicación de la investigación acción en la FP.....	23
5.1 Investigación acción.....	23
5.2 Contextualización y recogida de información.....	24
5.3 Etapas del proceso IA.....	26
6. Conclusiones.....	36
7. Bibliografía.....	37
Anexos.....	41

1. Introducción

La creatividad es una herramienta necesaria para el mundo del siglo XXI. Probablemente, una parte importante de los trabajos del futuro requerirán de esta capacidad. Esta circunstancia fue señalada hace unos años por De la Torre (2006), quien afirmó “*el siglo XXI está llamado a ser el siglo de la creatividad (...) por la exigencia de encontrar ideas y soluciones nuevas a los muchos problemas que se plantean en una sociedad de cambios*” (2006, p.12). Por ello, la capacidad inventiva va a ser fundamental el día de mañana y necesaria para todos.

La creatividad refleja la disposición para encontrar ideas nuevas e innovadoras que sirvan para cambiar el curso de cómo se hacen las cosas, esto es, permitir plantear distintos tipos de soluciones a un problema dado. Se puede considerar que la capacidad creativa se materializa en una idea diferente que se puede aplicar en cualquier ámbito de la vida. Por lo tanto, es muy importante en la sociedad y se ha de promover su desarrollo (Martín, 2015).

Con la educación se puede desarrollar la creatividad desde una etapa temprana, con los métodos adecuados y el aula adecuada puede ser la puerta a un mundo creativo. Una forma de desarrollar la creatividad es con metodologías que se basan en el aprendizaje activo.

El objetivo principal de este proyecto es fomentar la creatividad del alumnado en los estudios de FP. Para ello, recurrimos a la utilización de metodologías de aprendizaje activo, en este caso, el aprendizaje basado en problemas y el *role playing*, que implican al alumno en las actividades y le hacen partícipe del proceso de enseñanza. Además, con la aplicación de los principios creativos en el aula, es más sencillo que los estudiantes puedan evolucionar mejor a la hora de favorecer el desarrollo de habilidades creativas. Para ello, en el trabajo se sigue la metodología investigación acción (IA), ya que es un proceso que supone una expansión de la teoría a partir de la práctica.

El trabajo está estructurado en dos bloques. El primero consta del marco teórico, el cual define la creatividad desde diferentes campos, sus componentes, los principios que la potencian y las barreras que impiden su desarrollo. Asimismo, se describen las características del aprendizaje activo, así como dos de sus vertientes, el aprendizaje basado en problemas y el *role playing*, como metodologías que pueden fomentar la creatividad. La segunda parte describe el proceso práctico en el aula, a través de las metodologías de aprendizaje activo escogidas, donde

se explica la metodología de investigación acción, y las etapas seguidas para su implantación en el CIPFP Costa de Azahar de Castellón.

2. Creatividad

2.1 Definición e importancia de la creatividad

Hallar una definición ampliamente aceptada de qué se entiende por creatividad no es una tarea sencilla, debido a que ha sido analizado desde diferentes campos de estudio, como la pedagogía o psicología. En la misma se aprecia que una buena parte de autores coinciden en que la creatividad se asocia con términos que implican novedad, valor, transformación de un campo existente en algo nuevo o la capacidad de resolver un problema de forma creativa. Por lo tanto, la capacidad creativa en esencia está relacionada directamente con la innovación, las ideas de calidad y la originalidad.

En la actualidad, la cualidad creativa es necesaria a la hora de crear inventos nuevos o simplemente para mejorarlos, no existe campo o actividad humana en la que la creatividad no tenga algo que aportar (Almansa, 2007). Es utilizada en muchos campos profesionales, pues si se quiere innovar y avanzar se debe tener.

Lo significativo de la creatividad se aprecia en tanto en cuanto la capacidad creativa permite que la sociedad avance, ya que los avances tecnológicos, educativos o sociales favorecen que una sociedad no se quede estancada ni obsoleta. Este avance se produce en cierta medida a través de ideas nuevas que no se habían materializado antes. Así pues, se puede favorecer el progreso cultural y tecnológico en la ciudadanía, contribuyendo a una mente más abierta y tolerante con los demás gracias a la educación creativa, para una sociedad más plural y abierta. La tabla 1 expone diversas definiciones proporcionadas por psicólogos y pedagogos sobre creatividad.

Tabla 1: Definiciones de psicólogos y pedagogos sobre creatividad.

Psicología	Duncker (1945)	Salirse de las soluciones más comunes, para resolver un problema de forma creativa.
	Barron (1969)	La creatividad es la habilidad del ser humano de traer algo nuevo a su existencia.
	Blake (1986)	Capacidad para identificar un problema que anteriormente era desconocido.
	Romo (1997)	Es una forma de pensar cuyo resultado son cosas que tienen, de igual modo, novedad y valor.
Pedagogía	Koontz y Weihrich (1991)	La capacidad y el poder de desarrollar nuevas ideas.
	Csikszentmihalyi (1996)	La creatividad es cualquier acto, idea o producto que cambia un campo ya existente, o que transforma un campo ya existente en uno nuevo.
	Rodríguez (1999)	La creatividad es la capacidad de producir cosas nuevas y valiosas.
	De la Torre (2006)	Un potencial innovador y un bien social que impulsa el salto cultural, tecnológico, financiero, intelectual y personal.
	Poveda (2012)	La creatividad es el resultado de una mezcla de

		conocimientos, de información recibida que resulta en una idea original e innovadora.
--	--	---

La transcendencia que tiene la creatividad según estos autores exige que todas las personas tengamos que desarrollarla en mayor o en menor medida, a diferencia de la creencia que defiende que es una cualidad innata (Hernández, Fernández y Baptista, 1998), ya que se ha demostrado que se puede aprender. De esta forma, la educación ha de ser el hilo conductual que nos acerque a obtener los componentes de la creatividad y nos ayude a deshacernos de las barreras a la creatividad (Carevic, 2018).

Finalmente, siempre puede haber barreras que son un impedimento y obstaculizan el desarrollo creativo, se consideran barreras a la creatividad, pueden generarse en cualquier aula y están relacionados directamente con los componentes y principios de la creatividad. Estos ayudan a romper esas barreras y desarrollar con mayor facilidad la creatividad, por eso, la educación con las herramientas adecuadas es la puerta para favorecer esta capacidad.

2.2 Componentes de la creatividad

Según Amabile (1997), la creatividad puede descomponerse en tres elementos, El conocimiento, las habilidades de pensamiento creativo y la motivación por la tarea, siendo la creatividad el fruto de la interacción entre los tres:

- **El Conocimiento**: Toda actividad creativa parte de una base de conocimientos. A esta base de conocimientos, Amabile la llama *expertise*, que es un saber especializado producto de una preparación y práctica en un campo específico. Según la autora, “*el expertise es el cimiento de todo trabajo creativo y puede verse como el conjunto de rutas cognitivas que deben seguirse para resolver un problema o una tarea dadas – la red de posibles caminos del solucionador de problemas.*” (p. 42)
- **Las habilidades de pensamiento creativo**: Existen tres tipos de habilidades para procesar la información recogida de forma productiva: La habilidad sintética, para visualizar los problemas de otra forma a la convencional, la habilidad analítica, para saber cuál es la

idea que vale la pena seguir y cual no, y la habilidad práctica, que sirve para saber persuadir a los demás sobre el valor de la idea propia (Stenberg, 2012).

- La motivación: La motivación es una de las habilidades más importantes para poder desarrollar la creatividad tal y como expone Amabile (1997):

“La gente rara vez hace trabajo verdaderamente creativo en un área a menos que ellos realmente amen lo que hacen y se concentren en su trabajo más que las recompensas potenciales. Sin embargo, la motivación no es inherente a la persona: uno tiene que decidir estar motivado por una cosa o por otra. (p. 43)

Se puede afirmar que la motivación es el combustible que se tiene para seguir trabajando de forma persistente y sobreponerse a las dificultades o barreras creativas. Según la autora hay dos tipos de motivación: motivación intrínseca, motivada por un interés profundo en la tarea o un sentido personal; y la motivación extrínseca, impulsada por el deseo de obtener un objetivo o una recompensa situados fuera de la persona.

De la misma forma que hay unos componentes que interactúan entre sí para generar la creatividad en las personas como son los tres que expone Amabile, también hay unas barreras que impiden obtenerla y potenciarla.

2.3 Barreras a la creatividad

A la hora de generar una idea nueva o resolver un problema es vital tener la capacidad creativa para obtener el éxito. Sin embargo, es normal que aparezcan bloqueos mentales, barreras que nos impiden expandir nuestra creatividad, y como consecuencia de ello nos estancamos, siendo incapaces de obtener una idea creativa. Estos bloqueos están relacionados con la educación, en concreto con los principios de creatividad en el aula, al no cumplirse pueden generarse unas barreras que obstruyen nuestra creatividad y aparecen diferentes puntos que nos restan esta habilidad (Arce, 2007):

- Tratar de encontrar la respuesta correcta: Nos han educado con el fin de encontrar siempre la respuesta correcta y más aceptada socialmente, ello provoca una limitación creativa.
- Pensamiento lógico: Nuestra forma de pensar lógica a veces es un impedimento a nuestra capacidad creativa.

- Seguir las reglas: A veces seguir las reglas condiciona demasiado nuestras ideas y no nos deja avanzar. Creemos que tenemos que estar en un entorno serio y pautado, esto nos limita.
- Jugar no es trabajar: Pensamos que a la hora de ser creativos hay que ser serios y trabajar duro, pero a menudo es un impedimento si quieres tener ideas creativas. Jugar duro es mucho más productivo.
- No soy creativo: A menudo tendemos a pensar que no somos creativos, aunque no sea cierto, este pensamiento se vuelve real y somos incapaces de ser creativos.
- Estar equivocado es malo: No nos gusta equivocarnos, pero es vital para ser creativo. Hay que saber aprender de los errores para avanzar.
- Miedo al ridículo: Tener miedo a decir una idea por miedo al ridículo suele ser uno de los motivos por los que no se desarrolla la creatividad en un grupo.

Estas barreras pueden parecer muy simples de superar para el profesor, pero sin los principios de aula adecuados y las metodologías correctas que fomenten los componentes creativos será un muro infranqueable que se interpondrá en la atmosfera creativa del aula.

3. Enseñanza de la creatividad en el aula

3.1 Fomento de la creatividad en el aula

Potenciar la capacidad creativa en el individuo debe ser prioritario en la formación, antes incluso que el conocimiento teórico (Romo, 1997). Por ello, es vital que la persona este rodeada desde su infancia del entorno propicio para favorecer esta cualidad. Estas características del entorno tienen que estar relacionadas con un medio en el que el alumno pueda expresarse libremente sin miedo a dejar florecer su creatividad, envuelto de un entorno flexible que sepa potenciar su capacidad imaginativa y le haga partícipe del proceso de enseñanza (Menchen, Dadamia y Martínez, 1984).

Fomentar la capacidad de crear e innovar en el alumno es necesario deshacerse de los bloqueos mentales que obstruyen esta cualidad que tenemos todos los seres humanos en mayor o menor medida. Estos métodos animan y deshacen las barreras mentales para que el individuo tenga mejor capacidad inventiva y resuelva problemas de un modo imaginativo (De la Torre, 2006)

Hay una extensa variedad de actividades que estimulan la capacidad de crear en el aula, como los juegos, el arte, la libertad en el aula, etc. Sin embargo, hay unos principios concretos que propician el desarrollo de esas actividades y estos se pueden aplicar en el aula con el fin de crear una atmosfera más imaginativa e innovadora en la resolución de problemas diarios y complejos. Además, se pueden adaptar desde etapas tempranas de la enseñanza hasta la etapa adulta.

3.2 Principios de la creatividad en el aula

Todo proceso en el aula en el que el docente quiera desarrollar la capacidad creativa de sus alumnos tendrá que cumplir unos principios, con el fin de obtener el máximo potencial de su alumnado (Dadamia, 1984).

- Principio de espontaneidad. La persona se tiene que mostrar abierta y espontánea al resto de la clase, sin miedo a lo que puedan pensar los demás compañeros. Por lo tanto, se trata de un aula con un ambiente calmado y respetuoso donde haya tolerancia con los demás pensamientos.
- Principio del diálogo. La comunicación en el aula es vital, debe ser de forma bidireccional, donde el alumno no se sienta coartado por el profesor. Se trata de un diálogo en el que es el alumno el que pregunta y el profesor el que responde, pero no solo sobre el contenido de la materia, si no aspectos vivenciales para saber qué es lo que ha sentido el alumno.
- Principio de la crítica. Se puede decir que a lo que se aspira con este principio es que el alumno tenga una capacidad crítica, es decir, una actitud de análisis con la información que obtiene, que sepa valorarla y enjuiciarla, independientemente de donde obtenga la fuente.
- Principio de flexibilidad. Una apertura total al cambio y a toda la información que recibe a través del entorno que le rodea. Es fundamental prescindir de los juicios a priori, tabúes de la sociedad, etc. Para poder ser creativos hay que ser capaz de poder cambiar la actitud y opinión si la situación lo requiere.

Con la aplicación de estos principios se puede fomentarse la creatividad e innovación de cada alumno. Además, puede ayudar a implantar mejor las metodologías de aprendizaje activo, su uso creará una atmosfera adecuada en el aula, para que el alumno desarrolle esta

faceta y para que el profesor pueda aplicar mejor su metodología orientada a fomentar la creatividad en el aula.

4. Metodologías de aprendizaje activo para potenciar la creatividad frente a la enseñanza tradicional

4.1 Enseñanza tradicional

La enseñanza tradicional la podríamos definir de muchas formas, Pastor y Salazar referenciando a Vázquez (2000) exponen este concepto, *“Discurso didactizado (predominantemente monólogo) con preguntas casi exclusivamente retóricas cuya función es la de organizar el discurso o bien subrayar la importancia”* (p. 11). Por consiguiente, la actividad de muchos profesores de impartir la clase a sus alumnos, mientras que éstos copian o toman apuntes está basada en una enseñanza tradicional.

Los métodos tradicionales de enseñanza se asientan en la exposición del profesor sobre un tema mientras que el alumnado toma apuntes de ello. Esta metodología se suele acompañar de ilustraciones en la pizarra para apoyarse en sus explicaciones (Valcárcel 2017). La finalidad es la conservación del orden y para ello el profesor ha de tener el poder y la autoridad como transmisor absoluto de conocimientos, normalmente en un ámbito de disciplina y obediencia.

En la escuela tradicional el centro del proceso de enseñanza y educación es el docente, quien transmite verbalmente un gran volumen de información. Sin embargo, a diferencia de otras metodologías el estudiante es un sujeto pasivo, donde se le exige la memorización y, por lo tanto, no tiene un adecuado desarrollo en el aprendizaje (Hernán 2012). Además, se realizan pocas actividades de carácter práctico por el alumno y no se controla el proceso de aprendizaje.

Según Cruz (1981), una de las principales metodologías en la escuela tradicional es la clase magistral, que es muy usada en la actualidad por docentes de todo el mundo. Se trata de un método de enseñanza arcaico y limitado el cual destaca por la unidireccionalidad de su canal comunicativo donde el alumno no puede desarrollar su potencial creativo, en parte porque no se suele aplicar ningún principio de la creatividad. Esta metodología tiene bastantes limitaciones, en cuanto a su eficacia docente conforme explica este autor:

- Reduce las fuentes a lo que expone el profesor.
- El profesor sólo transmite de forma directa y no interacciona con los alumnos.

- Favorece la pasividad de los alumnos, su actividad mental y física es solamente receptora y no creativa.
- El alumno no forma parte del proceso de aprendizaje.
- No se realizan actividades prácticas donde el alumno aplique lo aprendido.
- No genera un clima de aula creativo.

Después de hacer un breve recorrido sobre lo que significa la enseñanza tradicional, la metodología asociada a la clase magistral y las limitaciones que esta tiene, podemos deducir que es una metodología donde apenas se fomenta la capacidad creativa del alumnado, debido a las características que esta tiene, como la comunicación de un solo canal, la pasividad por parte del alumnado o la no realización de actividades que hagan partícipe al alumno del proceso de aprendizaje y estimulen sus aportaciones creativas. Aún más, no se basa en los principios creativos en el aula que ayudan a desarrollar esta capacidad.

Conviene buscar nuevos estilos metodológicos donde desarrollar y fomentar los componentes creativos del alumnado, a través de los principios de la creatividad, puesto que estos ayudan a favorecer su desarrollo. En este sentido, el aprendizaje activo puede contribuir a la potenciación de la creatividad en el alumnado.

4.2 Metodologías de aprendizaje activo

Los objetivos de la educación no deberían ser enseñar el modo correcto de hacer algo o instruir para obtener la respuesta. Uno de los problemas radica en que todavía se piensa en la educación como una acumulación de conocimientos técnicos y prácticos que ningunea la importancia de la creatividad (Robinson, 2009).

Existe una imposibilidad de dar a los jóvenes todo el cúmulo de conocimientos necesarios para lo que la vida les va a requerir. Ello se aprecia, sobre todo, cuando se usan metodologías tradicionales, las cuales tienen muchas limitaciones. Por ello, es mejor fomentar el aprendizaje que les permita seguir aprendiendo toda la vida, donde deberán aprender a responder y a gestionar nuevas situaciones. Hay que avivar mejor la educación para el cambio, es decir, enseñar a aprender a aprender (Ponti y Ferràs, 2006).

La nueva escuela ha de perseguir establecer en los alumnos una nueva forma de pensar, creando sujetos con una actitud positiva frente al cambio. Por lo tanto, este cambio se puede

lograr gracias a un giro en las metodologías docentes, dejando de lado la tradicional clase magistral y fomentando metodologías que impliquen al alumno (Martínez 1984).

Una buena forma de involucrar al estudiante en el proceso de aprendizaje es con el aprendizaje activo, contrario a la metodología tradicional, ya que los alumnos se aplican activamente y aprenden haciendo y realizando actividades que les motiven. El profesor evita que la clase magistral acapare la enseñanza y plantea a los alumnos actividades dinámicas. Se trata de un proceso de enseñanza que involucra al alumno en el aprendizaje y hace que no sea un mero espectador, más bien un actor principal. Chickering y Gamson (1987) expresan perfectamente la esencia del aprendizaje activo:

Aprender no es un deporte en el que se puede ser espectador. Los alumnos no aprenden por sentarse en clase y escuchar a los profesores, memorizar los contenidos, escribir sobre ellos y responder a las preguntas. Deben hablar sobre lo que están aprendiendo, relacionarlo con experiencias previas, aplicarlo a sus vidas cotidianas. Deben hacer de lo que aprenden una parte de sí mismos. (p. 3).

La enseñanza activa, tal y como explica Brown (2003), está más orientada al aprendizaje del alumno y no a la simple transmisión de conocimientos del profesor, también le da más importancia a comprender significados y no a memorizar conceptos, permite que el alumno tome decisiones en el desarrollo de las actividades y potencia su creatividad.

Esta metodología que fomenta la creatividad, lo hace de mejor modo gracias a los principios creativos del aula, creando el entorno idóneo para que evolucione, mientras el profesor forma parte activa del proceso de aprendizaje. La tabla 2 resume las principales diferencias entre la enseñanza tradicional y el aprendizaje activo.

Tabla 2: Elementos de aprendizaje en la enseñanza tradicional y el aprendizaje activo.

Elementos de Aprendizaje	Enseñanza Tradicional	Aprendizaje Activo
Responsabilidad de aprendizaje	Asumida por el profesor	Los alumnos tienen un papel activo en el aprendizaje
Canal de comunicación	Unidireccional	Bidireccional
Forma de estudio	Memorización	Comprensión de significados
Papel del profesor	La imagen de un experto	Forma parte del grupo de aprendizaje
Alumno	Sujeto pasivo	Sujeto activo
Principios creativos	No se basa en los principios de la creatividad	Se basa en los principios de la creatividad
Actividades prácticas	No se utilizan	Se utilizan
Creatividad	No fomenta la creatividad	Fomenta la creatividad

Fuente: Chickering y Gamson (1987) y Brown (2003).

En la tabla 2 se puede observar con mayor exactitud las limitaciones de la enseñanza tradicional con respecto al aprendizaje activo. Así pues, es necesario un cambio educativo orientado a metodologías más participativas, puesto que tal y como expresa Cross (1987) *“Cuando los estudiantes aprenden de forma activa aprenden más que cuando son receptores pasivos de la enseñanza”* (p.4).

Hay muchas metodologías de aprendizaje activo, las cuales fomentan el proceso educativo del estudiante de distintas formas, con procedimientos muy singulares. Entre ellas, las más novedosas y destacadas son:

- **Flipped Classroom:** Es una metodología en la que los alumnos aprenden los contenidos en casa, a partir de vídeos o lecturas propuestas por el profesor, para más tarde en el aula reforzar los conocimientos adquiridos por medio del trabajo cooperativo en clase. Bergmann y Sams (2012) señalan que:

“Este modelo de la “clase al revés” ayuda a sus estudiantes a aprender mejor los contenidos y los convierte en mejores aprendices. Además, a quienes permite interactuar con mayor frecuencia con sus alumnos y han desarrollado más y mejores relaciones con ellos”. (p.14)

- **Gamificación:** Consiste en aplicar elementos propios de los juegos en el contexto del aula (Hanus y Fox, 2015), para promover la participación de la clase. Sin embargo, cuando hablamos de gamificación no se está hablando especialmente de juegos, más

bien de fórmulas que motivan a los estudiantes y los involucra en el proceso educativo (Díaz, 2014).

- Pensamiento de diseño: El Pensamiento de Diseño o Design Thinking es una metodología centrada en el usuario y enfocada a la acción. Su meta es generar soluciones a problemas detectados en un determinado marco de trabajo. Es un proceso que se divide en un total de cinco fases, este ha de pasar por todas las fases al menos en una ocasión para encontrar la solución más adecuada (Design Thinking España, 2017).
- Pensamiento visual: El pensamiento visual nos permite filtrar, organizar y sintetizar información, mejorando nuestra efectividad en el aprendizaje y nuestra productividad en el aula. Para ello, utiliza formatos visuales como las infografías, mapas mentales o dibujos que facilitan el acceso directo a la información, ya sintetizada y curada de contenidos que promueven la atención hacia los mismos y la retención a largo plazo. En definitiva, detecta una información, la asimila y la manifiesta interpretando una realidad que observa, crea conexiones y simplifica información compleja (Cordero, s.f.).
- Role playing:

Role playing es una dinámica en grupo que permite obtener un aprendizaje sencillo y dinámico. A través de la dramatización o simulación de roles (a veces improvisado), se recrea una situación de la vida real, mientras el resto de los participantes observan.

El objetivo es una mejor asimilación de conocimientos y valores de una situación o tema concreto. De esta forma puede ayudar a fomentar la cohabitación en el lugar dado, a aprender de manera más fácil unos datos y a fomentar la participación en grupo y la creatividad (Graña, 2018).

- Aprendizaje basado en problemas (ABP):

El Aprendizaje Basado en Problemas es un método de enseñanza en el que el estudiante obtiene conocimientos, habilidades y actitudes por medio de situaciones basadas en la vida real. Su finalidad es formar estudiantes capaces de examinar y enfrentarse a los problemas de la misma manera en que lo harán durante su actividad profesional. Pretende que el estudiante construya su conocimiento mediante la creatividad y el razonamiento, en la resolución de dichos problemas (Schön, 1987).

Una vez vistas las metodologías de aprendizaje activo más importantes, el proyecto se va a centrar especialmente en dos, el *role playing* y el ABP, debido a su vinculación directa con los principios de la creatividad en el aula, gracias a los cuales se fomentan mejor los componentes de la creatividad.

a) *Role playing*

El *role playing* o juego de rol, según Martínez (1984), es una técnica que consiste en que dos o más personas representan un rol, es decir, una situación de la vida. Se teatraliza una situación concreta con el objetivo de que se torne real y visual para todo el grupo, tanto para los que están interpretando como para los observadores que están visionando la escena. Los actores transmiten al grupo la sensación de estar viviendo el hecho como si fuera real. Se trata de una escenificación en el aula con el fin de involucrar a los alumnos en la actividad, donde estos posteriormente pueden realizar un debate sobre lo visto, en tanto que desarrollan su faceta creativa.

Según Blousson (2008) es un método de aprendizaje muy útil que cuenta con numerosas ventajas para los alumnos:

- Es una técnica motivadora y participativa, a través del diálogo. Promueve un ambiente de interés y debate.
- Permite profundizar en la lección gracias a la escenificación.
- Fomenta el trabajo en equipo y la resolución de problemas.
- Permite pasar de las abstracciones a la realidad y lograr una mejor asimilación de los conocimientos.
- Estimula el potencial creativo e imaginativo, al adquirir un rol de otra persona.

Este método de enseñanza necesita estar en un entorno adecuado y una atmosfera determinada para que surja el máximo potencial creativo de los alumnos. Los principios de la creatividad que se desarrollan son fundamentalmente el de espontaneidad y el de diálogo. Por consiguiente, no puede haber un correcto desarrollo de la actividad si no se aplican las medidas adecuadas en la clase donde se imparta el *role playing*.

b) Aprendizaje basado en problemas

El aprendizaje basado en problemas (ABP) es una metodología que se basa en el aprendizaje definido por la búsqueda, comprensión, asimilación y aplicación de conocimientos para la resolución de un problema. Los problemas que se plantean están relacionados con la actualidad, son relevantes y adaptables al nivel cognitivo y emocional del alumno. El estudiante es el principal protagonista de su propio aprendizaje y el docente es el guía en la resolución de los problemas (Romero, Jara, Marín, Millán y Carrillo, 2009).

El uso de esta metodología en el aula supone diferentes beneficios para el alumnado, las principales ventajas que tiene este tipo de aprendizaje y que lo diferencia de otros modelos según Cascales, Carrillo y Redondo (2017) son:

- Despierta la curiosidad y la motivación del alumno al utilizar casos basados en la realidad.
- Desarrolla la autonomía del estudiante al recaer en él la planificación, la distribución de las tareas o la toma de decisiones entre otras cosas.
- Fortalece sus capacidades sociales al estar interactuando con el grupo y realizar un intercambio de ideas, además de la capacidad crítica al valorar diferentes puntos de vista.
- Estimula la creatividad, gracias a las ideas y estrategias que tienen que poner en marcha los estudiantes para la resolución del problema planteado.

Por lo tanto, esta metodología cuenta con numerosos beneficios para los principios de la creatividad. Los principios que se favorecen con el ABP son el del diálogo el cual es necesario para una correcta resolución del problema planteado entre el grupo, o el principio de flexibilidad, en vista que es necesario estar abierto al cambio y tener una actitud creativa para resolver el problema.

5. Aplicación de la investigación acción en la FP

5.1 Investigación acción

La elección de esta metodología, como es la investigación acción, se fundamenta porque supone una expansión de la teoría a partir de la práctica, mientras se introducen mejoras. Conjuntamente, supone un método muy atractivo para la implantación de la metodología de aprendizaje activo, porque ayudará a realizar la investigación para ver si el aprendizaje activo fomenta la creatividad en el alumnado. Por todo ello, ha sido la mejor forma desarrollar las metodologías previstas.

Etapas de la investigación acción

La IA supone la realización de un proceso de investigación a partir de evidencias halladas de un problema o foco de proyecto, el cual es el punto de partida de este tipo de investigación.

1. Identificación del problema: Se trata de la etapa en que se inicia toda investigación acción, el foco del proyecto, es decir, el área que se quiere mejorar, el problema (Marqués y Ferrandez, 2015).
2. Plan de mejora: Una vez identificado el foco del proyecto se lleva a cabo una elaboración de un plan de acción, dónde se confecciona la mejora, para más tarde pasar a la acción.
3. Análisis de los resultados: Llevado a cabo el plan de acción se observan los resultados, se analizan e interpretan.
4. Reflexión: Finalmente se obtienen reflexiones de las cuales nos surgirán posiblemente nuevos interrogantes sobre nuestro estudio. Por ello, nos ayudará a seguir mejorando en nuevos proyectos, por lo tanto, la IA es cíclica (Latorre, 2003).

La IA en el contexto de la educación

La investigación acción para Gollete y Lesgard – Hervert (1988) es una forma de entender la enseñanza, además de investigar sobre esta, supone comprender la enseñanza como un proceso de investigación. Los problemas donde se centra el proyecto guían la acción, pero lo importante es la reflexión que el investigador hace de la práctica que ha llevado a cabo, no tanto por la aportación a la resolución de un problema que se ha realizado, como por su

capacidad para que el investigador reflexione sobre el trabajo efectuado, planifique y sea capaz de volver a incluir nuevas mejoras (Bausela, 2004).

Este proceso de Investigación tiene diferentes ventajas sobre otros procesos de investigación, según Kemmis y MacTaggart (1988) son:

- Mejora la práctica: Se crea desde y para la práctica.
- Fomenta la participación y colaboración: Requiere la participación de los sujetos para mejorar en su proyecto.
- Desarrolla la coordinación: Demanda una actuación de los sujetos implicados de forma coordinada en las fases del proceso investigativo.
- Potencia el análisis crítico: Conlleva la realización de un análisis crítico de las situaciones, con el fin de mejorar.

La investigación acción propone, por consiguiente, mejorar la educación a través del cambio y aprender a través de las consecuencias de los cambios. Sin embargo, para la correcta aplicación de las metodologías introducidas en el proyecto, es necesario tener en cuenta los principios creativos, sin los que sería complicado poder llevar a cabo la investigación dada.

Seguidamente, se va a ver el foco del proyecto sobre el que recae la acción a realizar, junto a los pasos que se han seguido para descubrirlo y constatarlo. De la misma forma, se va a llevar a cabo las actividades realizadas en el aula y el análisis de los resultados obtenidos.

5.2 Contextualización y recogida de información

Contextualización del centro

El proyecto se ha desarrollado en el CIPFP Costa de Azahar en el Grao de Castellón (Castellón). El CIPFP Costa de Azahar es el único centro integral de FP (Formación profesional) en Castellón, donde se imparten las modalidades de grado superior, grado medio y FP básica. El centro cuenta con alrededor de 500 alumnos, distribuidos en diferentes grupos, como son el de Agencias de Viajes, Cocina o Panadería. Estos, a su vez están distribuidos en diferentes horarios (mañana o tarde), siendo el número de los grupos de tarde más reducido que el de mañana.

El alumnado del centro

Debido a la especialidad en el máster, Formación profesional (FP), el destino fue en un centro integral de FP para realizar el prácticum, en el módulo de Formación y Orientación Laboral (FOL), en ciclos medio y superior. El alumnado al que se impartieron las clases son los alumnos del ciclo de 1º Agencias de viajes, 1º Panadería y 1º Cocina en el horario de tarde. La tabla 3 describe los ciclos en los que se impartió el prácticum.

Tabla 3: Ciclos y módulos que intervienen en el prácticum.

Ciclo	Módulos	N.º de alumnos
1º Agencias de viaje	Formación y Orientación Laboral	5
1º Cocina	Formación y Orientación Laboral	16
1º Panadería	Formación y Orientación Laboral	9

Fuente: Web del CIPFP Costa de Azahar.

Los cursos estaban formados por un número reducido de alumnos, en 1º de Panadería la clase cuenta con 9 alumnos, en edades comprendidas entre 18 y 41, en 1º de Agencias de viajes el grupo está compuesto por 5 alumnos, en edades comprendidas entre los 18 y 26, y el ciclo de 1º de Cocina es más numeroso que los anteriores, ya que cuenta con 16 alumnos, comprendidos en edades de 18 a 27. Los ciclos están compuestos principalmente por alumnos de nacionalidad española, pero cuenta con bastantes personas de otras nacionalidades como rumana, brasileña y marroquí.

Recogida de información

La recogida de información se realizó a partir de:

- a)** Anotaciones personales durante la 1ª fase del prácticum y la observación. Durante la 1ª fase de las prácticas se anotó en el diario las carencias educativas que se veían, mediante la observación directa desde el punto de vista pedagógico en las clases.
- b)** Cuestionario realizado al alumnado para evaluar el nivel de creatividad que tienen sobre sí mismo (el cuestionario se añade en el Anexo 1), en la 1ª y 2ª fase del prácticum. Con este cuestionario se pretendía evaluar si las metodologías de aprendizaje activo han fomentado en ellos la creatividad.

Se recurre a un cuestionario, extraído de Montes (2008), el cual evalúa el nivel de creatividad de las personas y que agrupa los aspectos analizados en 5 bloques o dimensiones: 1. Pensamiento ingenio, 2. Búsqueda constante de ideas, 3. Facilidad para la formulación de problemas y concreción de focos creativos, 4. Curiosidad mental y 5. Nivel de conciencia de ser creativo. Cada 3 preguntas evalúan un ítem diferente. En el cuestionario, se pide que se indique el grado en que se identifican con las afirmaciones que aparecen en el mismo. Las preguntas se valoran del 1 al 5, donde 1 es "no me identifico nada" y 5 "me identifico al máximo". Está compuesto por 15 preguntas. Cada 3 preguntas se evalúa un bloque diferente.

Las dimensiones pueden relacionarse con los componentes de la creatividad de Amabile en los siguientes términos. El componente del conocimiento se puede ver en diferentes ítems como el pensamiento ingenio o la facilidad para la formulación de problemas o focos creativos por la necesidad de un conocimiento para poder desarrollar estas habilidades. El segundo elemento, la habilidad de pensamiento creativo se refleja en el ítem de la búsqueda constante de ideas o autoconciencia creativa entre otros, necesario en el proceso de recogida de información. Por último, el componente de la motivación se puede ver en ítems como la búsqueda constante de ideas o la curiosidad mental, elemento fundamental para poder seguir adelante y despertar el interés creativo.

El cuestionario es respondido por todos los estudiantes. Una vez aplicadas las metodologías, se les vuelve a pasar el cuestionario para que de nuevo evalúen su nivel creativo. Una vez obtenidos los resultados se comparan con los resultados anteriores.

5.3 Fases de la IA

1. Foco del proyecto

En la primera fase del prácticum, comprendido del 4 al 22 de febrero de 2019, se realizó la recogida de información, en las clases que impartía la tutora IES, en los tres ciclos. Como se ha indicado anteriormente, esto se llevó a cabo con la observación. Permitted apreciar que las clases se realizaban principalmente con un dossier elaborado por la profesora, el cual es muy teórico y no despertaba la capacidad creativa del grupo. Se apreció un uso excesivo de clases de metodología tradicional, basadas en la clase magistral, donde el alumno era un sujeto poco participativo y la comunicación demasiado unidireccional, con pocas actividades prácticas, más bien de memorización y los principios creativos no eran utilizados. El resultado del 1º

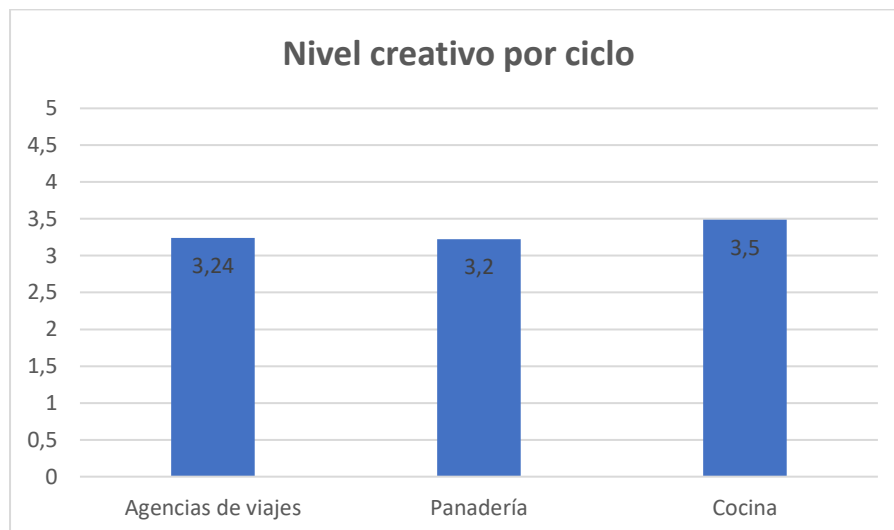
cuestionario de los 30 estudiantes que participaron en el proyecto ha sido de 3,32 puntos sobre 5 puntos (Gráfico 1). Si bien esto supone un nivel creativo por encima de la posición media, que sería 2,5, refleja que existe margen para estimular la creatividad en el aula y conseguir niveles creativos mayores.

Gráfico 1: Resultados del primer cuestionario creativo de los 30 estudiantes.



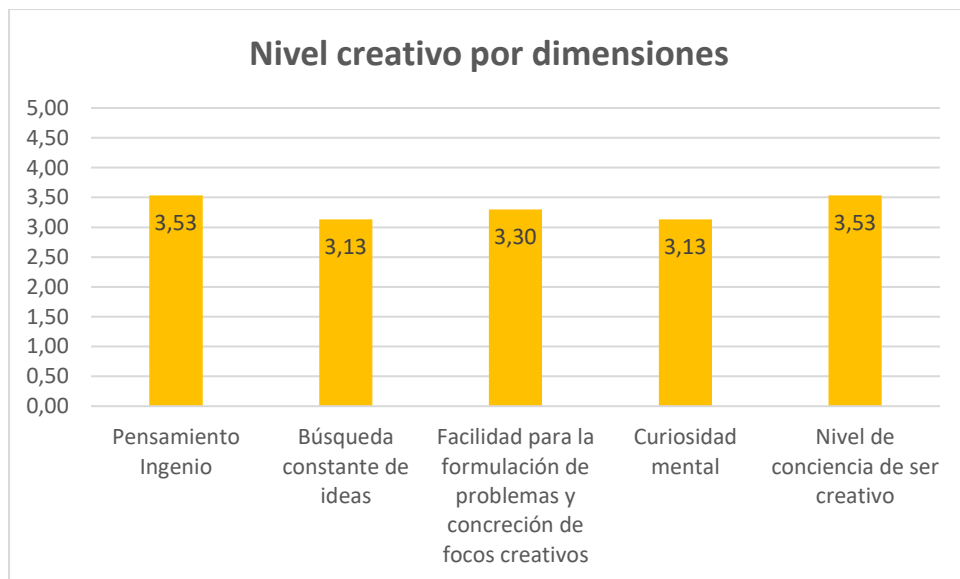
En el Gráfico 2 se muestran los resultados desglosados de cada ciclo, donde se puede observar que, de los tres grupos, es el ciclo de cocina el que tiene un mayor nivel creativo, con respecto a los otros dos ciclos.

Gráfico 2: Resultados del primer cuestionario creativo por ciclo.



Asimismo, las puntuaciones concedidas a los bloques que componen la creatividad (gráfico 3), mostraron que, en conjunto, las dimensiones pensamiento ingenio y autoconciencia creativa son las que recibieron mayor puntuación. En el extremo opuesto, los aspectos relacionados con búsqueda constante de ideas y curiosidad mental son los que los alumnos perciben desarrollados en menor medida. El anexo 2 muestra el desglose de estas dimensiones por ciclos.

Gráfico 3: Resultados del primer cuestionario creativo por dimensión.



En resumen, los aspectos que anoté en mi diario a través de las observaciones y el cuestionario de autoevaluación creativa junto a los resultados del cuestionario, me ayudaron a delimitar el problema y a apreciar que la docente utilizaba actividades poco creativas y muy prácticas. En conjunto, se trata de una carencia que tenían todos los ciclos que daban Formación y Orientación Laboral desde el punto de vista creativo. Esta etapa me permitió concretar cuales eran las consecuencias de la falta de imaginación en estos ciclos:

- Dificultad para resolver cualquier problema que planteaba la profesora.
- Falta de autoconfianza creativa.
- Bloqueo mental que les dificultaba obtener ideas innovadoras en los ejercicios prácticos.
- Curiosidad mental y búsqueda de ideas poco desarrolladas.

A partir de estos aspectos, decidí plantear una acción para aumentar el nivel creativo del alumnado mediante metodologías que propicien esta cualidad en los tres ciclos del prácticum, en el módulo de FOL, en los que desarrollé actividades a partir de la utilización del aprendizaje activo.

2. Plan de mejora

Las metas a alcanzar con estas dos metodologías de aprendizaje activo implantadas en la unidad didáctica 14 “Conflicto y Negociación” son las siguientes:

Objetivo principal

- Aumentar el nivel de creatividad de los alumnos de Formación Profesional del módulo de FOL en el CIPFP Costa de Azahar.

Objetivos secundarios

- Ayudar a los estudiantes a deshacerse de los bloqueos mentales que les impiden ser creativos.
- Incrementar su curiosidad mental.
- Mejorar su capacidad de resolución de problemas mediante la creatividad.
- Obtener una mayor absorción de los conocimientos.

Acotados los objetivos se decide aplicar medidas para paliar el problema de la falta de creatividad por parte del alumnado a través de metodologías de aprendizaje activo, en concreto mediante el aprendizaje basado en problemas (ABP) y el *role playing* en el aula.

Las metodologías de aprendizaje activo que se implantan tienen como fin estimular la capacidad creativa en el módulo de FOL, involucrando a los alumnos en el proceso de enseñanza y realizando actividades para que desarrollen y fomenten más su creatividad. Las actividades se llevarán a cabo en la unidad 14 “Conflicto y Negociación”, siguiendo los principios de la creatividad. En los siguientes apartados se expone de manera más detallada las dos metodologías aplicadas al módulo de FOL en el CIPFP Costa de Azahar.

3. Implementación, análisis e interpretación de los datos

a) Aprendizaje basado en problemas:

Las actividades de aprendizaje basado en problemas elaboradas para el módulo de FOL están diseñadas para la resolución de problemas, basados en la realidad y cotidianidad, en los cuales se ha de aplicar la creatividad para obtener una solución original y viable. Las actividades de ABP que se han llevado a cabo (Anexo 3) siempre han sido en el entorno de aula adecuado para que los alumnos puedan sacar su máximo potencial, es decir, siguiendo los principios creativos de aula, para que les sea más fácil a los alumnos poder realizar las tareas creativas.

Actividad: ABP 1

Se trata de un aprendizaje basado en problemas relacionado con el apartado “Tipos de conflictos”, problemas que pueden surgir en una empresa, en concreto son problemas típicos de un trabajo, relacionados con el campo de la hostelería, su elaboración es en grupos de 3. Para su resolución deben haber asimilado los conceptos del apartado, previamente explicado, para definir qué tipo de conflicto es. Finalmente, deben encontrar una posible solución al conflicto dado y para ello tendrán que utilizar su lado creativo, con el fin de encontrar una opción viable.

Actividad: ABP 2

La actividad de ABP número 2 está orientada al apartado 4 “Resolución de conflictos laborales”, que habla sobre las pautas que hay que seguir para elaborar una buena mediación y se realiza en grupos de 3. El problema consiste en un conflicto entre el empresario y los trabajadores de un restaurante de la zona. Requiere de un buen nivel de creatividad y conocimientos de la materia para poder obtener una solución proporcional para las dos partes implicadas. Se trata de encontrar la solución más idónea para ambas partes, desde el punto de vista del mediador.

b) Role playing:

Las tareas de *role playing* que se han elaborado para los alumnos han estado enfocadas al fomento de la imaginación y absorción de contenido, basadas en la representación y la propia

experiencia. Se asume un rol en una situación dada poniendo en práctica los conocimientos asimilados. Todo en una atmósfera que sigue los principios creativos (Anexo 3):

Actividad: RP 1

El juego de rol utilizado en la primera sesión está enfocado al apartado “Origen del conflicto”. La tarea consiste en la representación de un conflicto típico del trabajo, representado por dos alumnos, el resto de la clase tiene que descubrir cuál es el origen de este conflicto laboral, para ello tienen unos minutos para aprender bien el papel. La actividad tiene como intención la mejor asimilación de conocimientos mediante la representación de un rol y la observación, así como el uso de la creatividad en la interpretación del papel a la hora de representarlo.

Actividad: RP 2

La segunda actividad de *role playing* se realiza primero en grupos. Cada grupo tiene un rol, o es el jefe de un restaurante que lo quiere vender o es un emprendedor de hostelería que lo quiere comprar. A partir de los datos dados, en grupo tienen un tiempo para elaborar su GPT (sus puntos de referencia en la negociación) y el estilo de negociación que van a usar. Más tarde un miembro de cada grupo saldrá a negociar, según lo acordado con su grupo, frente al otro (comprador frente a vendedor), escenificando la situación y utilizando de nuevo la creatividad, el ingenio y los conocimientos adquiridos de la unidad.

Actividad: RP 3

La última dinámica de *role playing* consiste en una negociación sobre quien debe quedarse con el nuevo ordenador que han traído en la empresa. Para ello, cada estudiante tiene que asumir un rol dentro de una empresa, para el que tiene un tiempo de asimilación y preparación de la estrategia a usar sobre cómo afrontar la negociación. La finalidad de nuevo es que el alumno se deshaga de esos bloqueos mentales y deje surgir su lado creativo interpretando su papel.

Sesiones realizadas en la segunda fase del prácticum

Tabla 4: Sesiones desarrolladas en las prácticas.

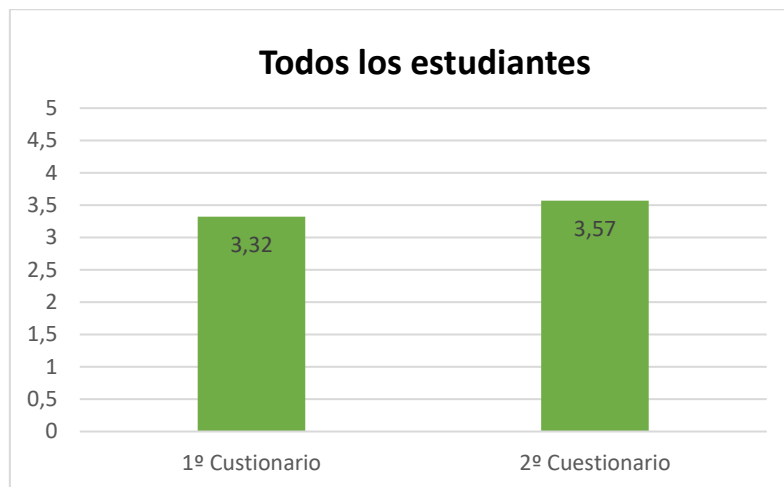
SESIONES	DESARROLLO DE LAS SESIONES
<p>1ª clase</p> <p>55'</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación de las dos metodologías a abordar en esta unidad didáctica. • La clase comienza con una parte teórica sobre el conflicto y sus orígenes, sobre todo en el mundo laboral, apoyado por un power point, mientras se interactúa con los alumnos. • Se explica la metodología <i>role playing</i> y se realiza una actividad de identificación del origen del conflicto mediante un <i>role playing</i> 1 (25'). • En parejas de dos representan un conflicto en una empresa, poniendo en práctica un poco de creatividad en el rol y el resto de la clase tiene que adivinar cual es el origen de ese conflicto. • Finalmente, se comenta de forma breve la próxima sesión y su temática.
<p>2ª clase</p> <p>55'</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comienzo de la sesión con un breve repaso de la 1ª clase. • Explicación teórica y visual mediante vídeos de los tipos de conflictos, apoyado de un power point, interactuando con los alumnos. • Actividad por grupos de 3 de ABP 1 sobre tipos de conflictos y su posible resolución, donde se explica la metodología del ABP. • Mientras se pone en funcionamiento la actividad, realizo ayudas a cada grupo con el fin de que obtengan la solución más creativa y beneficiosa (15'). • Exposición de las soluciones de cada grupo (15'). • Avance de la próxima sesión.
<p>3ª clase</p> <p>55'</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comienzo de la clase con un corto repaso de la última sesión. • Clase teórica apoyada de un power point sobre la mediación en la resolución de conflictos. • Se lleva a cabo una actividad de ABP 2, en grupos de 3, donde deben poner en práctica la imaginación de nuevo, para encontrar la mediación más justa para ambas partes (15'). • Se les guía y ayuda a resolver posibles dudas sobre la actividad. • Presentación de las soluciones de cada grupo (10'). • Se comenta de forma resumida la próxima sesión.
<p>4ª clase</p> <p>55'</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Repaso de la última sesión. • Clase teórica y práctica sobre los estilos de negociación, apoyado de vídeos, mientras se interactúa con los alumnos y se hace un debate sobre las habilidades que debe tener un buen negociador. • Avance de la siguiente sesión.
<p>5ª clase</p> <p>55'</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Breve repaso de la sesión anterior. • Explicación teórica de las fases de la negociación apoyado del power point. • La clase se divide en 2 o 4 grupos, para realizar un <i>role playing</i> 2 sobre una negociación vendedor & comprador, donde de nuevo deben poner en escena la creatividad, además de los conocimientos de la materia. Se explica la actividad 5' para que quede clara. • Comienzo de la actividad, 7' para realizar la tarea y 15' para la representación del rol.

	<ul style="list-style-type: none"> • Avance de la siguiente clase, que será la última.
6ª clase 55'	<ul style="list-style-type: none"> • Se comenta de forma resumida la clase anterior. • Breve clase teórica apoyada de power point sobre tácticas negociadoras. • Actividad de <i>role playing</i> 3 en grupos de 4-5. Se trata de una negociación de una empresa sobre quien debe quedarse con el nuevo ordenador. Cada participante tiene asignado un rol de quien es y porqué lo merece más que el resto. Se les da 2' para que aprendan bien su papel. • El juego de rol dura 15' por grupo. • Resumen de todo lo visto 2'.

Análisis de los nuevos resultados

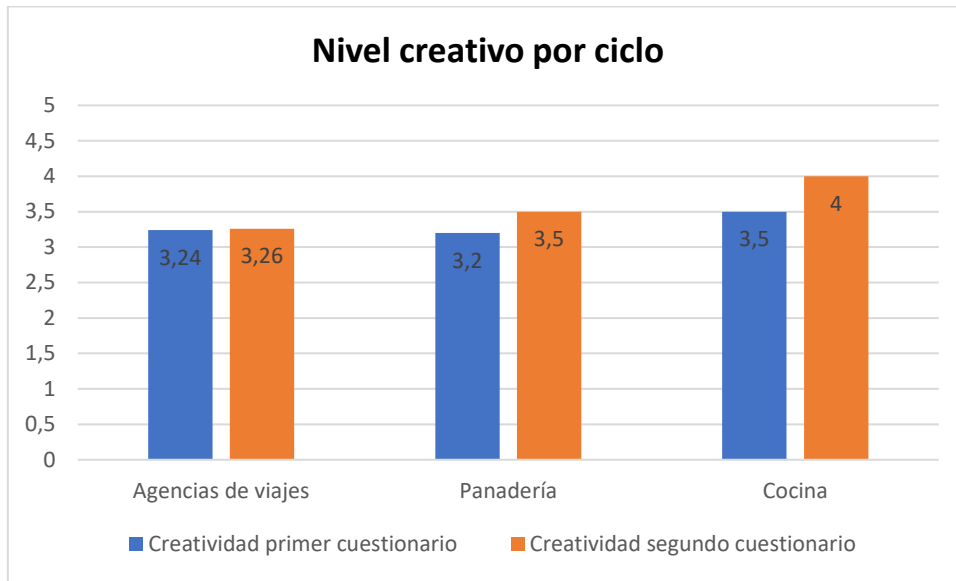
Al finalizar las sesiones se volvió a pasar el mismo cuestionario de creatividad. Los valores dados por los estudiantes, en conjunto, a las cuestiones planteadas indicaron un valor promedio de 3.57 sobre 5 puntos. Este valor es superior al anterior tal como ilustra el gráfico 4:

Gráfico 4: Resultados generales del primer y segundo cuestionario creativo.



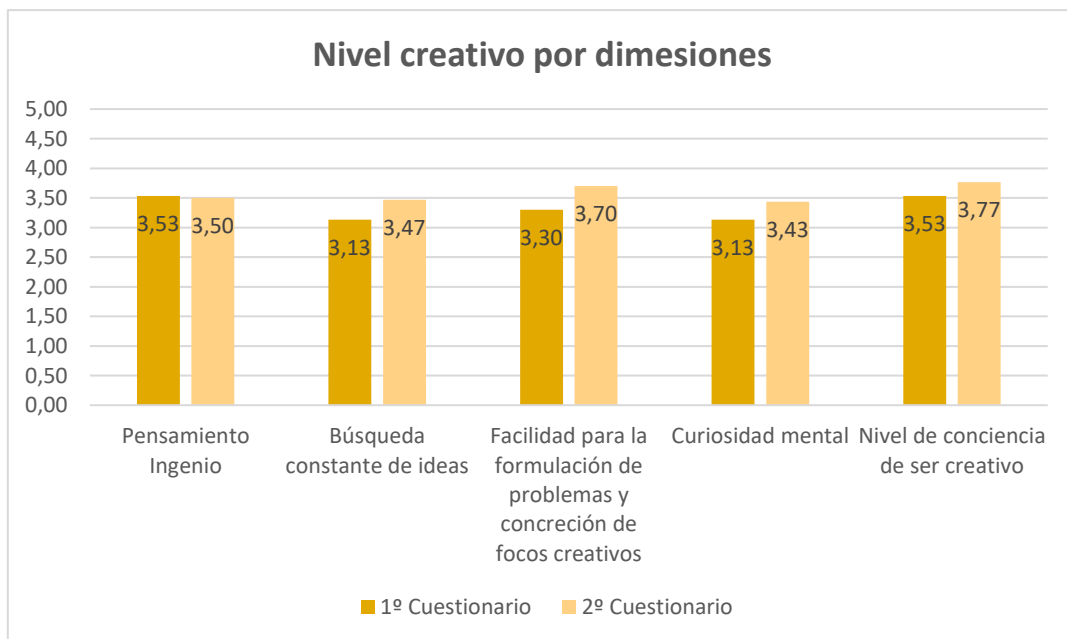
Se puede observar como los tres ciclos en conjunto han aumentado ligeramente el nivel de creatividad con las metodologías de aprendizaje activo, con un valor final de 3,57. Respecto a los resultados desglosados de cada ciclo, el gráfico siguiente muestra que el ciclo de cocina es el que más ha aumentado con respecto al principio y el de agencias de viajes el que menos.

Gráfico 5: Resultados del primer y segundo cuestionario creativo por ciclo.



Respecto a la evolución de las dimensiones de la creatividad examinadas, el gráfico 6 muestra que la facilidad para la formulación de problemas y concreción de focos creativos junto al nivel de conciencia de ser creativo son los bloques que recibieron las puntuaciones más altas. En el extremo opuesto, los aspectos relacionados con búsqueda constante de ideas y curiosidad mental son los que los alumnos perciben desarrollados en menor medida, pese a haber mejorado con el principio. El anexo 2 muestra el desglose de estas dimensiones por ciclos.

Gráfico 6: Resultados del primer y segundo cuestionario creativo por dimensión.



4. Reflexión

Los resultados obtenidos muestran que, con el aprendizaje activo, se ha estimulado a los estudiantes, no sólo en el campo de la creatividad, que ha hecho que los tres ciclos hayan aumentado su habilidad, sino a la hora de impulsar su curiosidad por la materia.

Por un lado, se resalta el gran interés y la conducta de los alumnos hacia las actividades y también el cumplimiento de los principios creativos en el aula, que han mejorado el desarrollo de las metodologías en clase. Así, el hecho de que se obtenga una mejoría en los bloques de facilidad para la formulación de problemas y concreción de focos creativos y el nivel de conciencia de ser creativo refleja un mayor peso de los componentes de Amabile en los alumnos.

De los grupos, el ciclo de Cocina es el que más ha aumentado su creatividad en comparación a los otros dos. Además, también era la clase más participativa. Por otro lado, la clase de Panadería también se mostró muy activa en las actividades y eso se notó en el resultado final. Sin embargo, el ciclo de Agencias de viajes no fue tan activo como los otros dos y obtuvo un aumento de creatividad mínimo. Eso podría mostrar que no asimilaban bien los componentes creativos, aunque sería necesario estudiar los motivos de esto.

Conjuntamente, el clima de trabajo en las tres clases fue muy bueno desde el principio, los alumnos generalmente estaban muy dispuestos a aceptar las nuevas metodologías y fueron propicios al cambio, lo cual resulta beneficioso para el trabajo. Sin embargo, surge la cuestión de ¿Por qué determinados alumnos han aumentado tan poco su capacidad creativa? ¿Qué otras acciones complementarias podrían llevarse a cabo para conseguir mejorar estos resultados?

6. Conclusiones

La capacidad creativa en la sociedad actual es necesaria y el sistema educativo presente no promueve suficientemente las metodologías que ayudan a desarrollarlo. En el centro de formación profesional del proyecto se utilizaba una metodología con características tradicionales, la cual sugería la necesidad de un cambio metodológico hacia el aprendizaje activo. Por ello, este trabajo ha estudiado en que medida implantar metodologías de aprendizaje activo puede ayudar a fomentar la creatividad en la Formación Profesional.

Los resultados obtenidos a través de las metodologías de aprendizaje activo seleccionadas (Aprendizaje basado en problemas y *role playing*) y el favorecimiento de una atmósfera creativa en clase indican que se han alcanzado los objetivos planteados al inicio de esta investigación acción. Así, por un lado, la introducción de las metodologías de aprendizaje activo, junto con la aplicación de los principios creativos en el aula ha contribuido a un desarrollo de los componentes creativos, necesarios para obtener un mayor nivel de creatividad en los estudiantes. Por otro lado, se ha ayudado a los estudiantes a deshacerse de los bloqueos mentales, que les impedían obtener soluciones creativas a los problemas que podían surgir en la materia, así como a tener un mayor grado de curiosidad mental y pensamiento ingenio. Si bien, con más tiempo para implantar las metodologías, quizás podría haber habido un mayor nivel creativo, en general.

En conjunto, como valoración global de esta investigación, cabe destacar que es imprescindible incidir en un sistema educativo más orientado al fomento de la creatividad en el alumnado. La utilización de más metodologías de aprendizaje activo en clase favorecerá a los estudiantes para el día de mañana a la hora de afrontar cualquier situación, por compleja que sea. Por ello, resultaría recomendable llevar a cabo tareas de formación en el profesorado, relacionadas con el fomento de la creatividad en los estudiantes, que puedan prepararlos para los nuevos desafíos y cambios del siglo XXI.

Finalmente, tras llevar a cabo la investigación acción surgen varias incógnitas, ¿Qué metodología de aprendizaje activo fomenta más la creatividad? Por otra parte, nos podríamos cuestionar ¿Qué relación hay entre el entorno de aula y el alumno para desarrollar habilidades creativas? O quizás ¿Cómo evaluar estas metodologías? Estas cuestiones son puntos que tener en consideración en nuevas investigaciones.

7. Bibliografía

- Amabile, T. (1997). Motivating Creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do. *California Management Review*. Vol. 40. No. 1. pp. 42
- Almansa, P. (2007). *Creatividad y enfermería: contextos favorecedores de los cuidados creativos*. (Tesis Doctoral). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=144867>
- Anónimo. (2017). Design Thinking. Descubre la metodología más potente de innovación. *Design Thinking España*. Recuperado de <http://xn--designthinkingespaa-d4b.com/>
- Arce, A. (2007). *SCRIBD*. Barreras de la creatividad. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/146759840/Barreras-de-la-creatividad-pdf>
- Barron, F. (1969). *Creative person and creative process*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Bausela, E. (2004). La docencia a través de la investigación-acción. *Revista Iberoamericana de Educación*. Recuperado de <file:///C:/Users/Propietario/Downloads/682Bausela.PDFF>
- Bergmann, J., & Sams, A. (2012). Flip your classroom: reach every student in every class every day. Washington, D.C.: International Society for Technology in Education. Recuperado de <https://www.liceopalmieri.gov.it/wpcontent/uploads/2016/11/Flip-Your-Classroom.pdf>
- Blake, R. y Mouton, J. (1986). *El aspecto humano de la productividad*. Deusto, Bilbao.
- Blousson, A. (2008). Role playing, ¿qué es y para qué sirve este método de capacitación?. *MATERIABIZ*. Recuperado de <https://materiabiz.com/role-playing-que-es-y-para-que-sirve-este-metodo-de-capacitacion/>
- Brown, D. M. (2003). Learner centered conditions that ensure students success in learning. *Education*, 124 (1), 99-107.
- Carevic, M. (2018). *Psicología-Online*. Recuperado el 8 de febrero de 2019 de <https://www.psicologia-online.com/teoria-de-la-creatividad-2607.html>
- Cascales, A. Carrillo, M. y Redondo, A. (2017). ABP y tecnología en educación infantil. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 50, 201-210.
- Cordero, C. (s.f.). Pensamiento visual para aprender. *InspiraTICS*. Recuperado de <https://www.inspiratics.org/recursos-educativos/pensamiento-visual-para-aprenderr>

- Cross, P. (1987): Teaching for learning, *AAHE Bulletin*, 39, 3-7.
- Chickering, A., y Gamson, Z. (1987): Seven principles for good practice, *AAHE Bulletin*, 39, 3-7.
- Cruz, M.A. (1981). *Didáctica de la lección magistral*. Madrid, España. INCIE.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creatividad: El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. New York: Harper Perennial.
- De la Torre, S. (2006). *Comprender y evaluar la creatividad: Cómo investigar y evaluar la creatividad*. Málaga, España: Ediciones Aljibe.
- Díaz, V. (2014). La Gamificación educativa. Una alternativa para la enseñanza creativa. *Digital Education Review*. 27, 1-29.
- Duncker, K. (1945). On problem solving. *Psychological Monographs*, 58, pág. 5 y siguientes.
- Freud, S. (1967). *Obras completas, Vol. 1*. Madrid, España: Biblioteca Nueva.
- Gallén, S. (2015). *L'aprenentatge basat en problemes. Una aplicació pràctica a la formació professional*. (Trabajo final de máster). Recuperado de file:///D:/TFM/TFM%20SARA%20GALLEN%20VIDAL%2053725884T.pdf
- Gil, V. (2018). *El modelo de aprendizaje invertido en la clase de música. Una escuela rural de la provincia de Segovia*. (Trabajo final de máster). Recuperado de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/30942/1/TFM-B.132.pdf>
- Goyette, G. y Lessard – Hérbert, M. (1988). *La investigación – acción. Funciones, fundamentos e instrumentación*. Barcelona: Alertes.
- Graña, R. (2018). Role playing, una forma divertida de aprender. Ciudad Real, España: *Educapeques*. Recuperado de <https://www.educepeques.com/escuela-de-padres/role-playing-una-forma-divertida-de-aprender.html>
- Hanus, M. y Fox, J. (2015). Assessing the effects of gamification in the classroom: A longitudinal study on intrinsic motivation, social comparison, satisfaction, effort, and academic performance. *Computers & Education*, 80-January 2015, 152-161.
- Hernán, E. (2012). *Pedagogía docente*. Recuperado el 16 de marzo de 2019 de <https://pedagogiadocente.wordpress.com/modelos-pedagogicos/la-escuela-tradicional/>

Hernández, R. Fernández, C y Baptista, P. (1998). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Huidobro, T. (2004). *Una definición de la creatividad a través del estudio de 24 autores seleccionados*. (Memoria para optar al grado de doctor). Recuperado de <https://eprints.ucm.es/4571/1/T25705.pdf>

Kemmis, S. y McTaggart, R. (1988). *Cómo planificar la investigación-acción*. Barcelona: Laertes.

Koontz, H., Weihrich, H. (1991): *Elementos de administración*. México: McGrawHill 5.^a edición, 4.^a en español.

Latorre, A. (2003). La investigación-acción. *Conocer y cambiar la práctica educativa*. Graó.

Marqués, M., Ferrández, R. (2011). *Investigación práctica en educación: investigación acción*. Actas de Las XVII JENUI, 337–343.

Martín, A. (2015). *Creatividad, educación y medios de comunicación: Un estudio en alumnos de primaria*. (Tesis doctoral). Recuperado de <https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/47127/1/%C3%81ngela%20Mart%C3%ADn%20Bragado%20Tesis%20Doctoral.pdf>

Menchen, F. Dadamia, O. Martínez, J. (1984). *La creatividad en la educación*. Madrid: Escuela Española, DL.

Montes, M. (2008). Cuestionario sobre creatividad personal, averigua a que nivel tienes desarrollada tu creatividad. *Proyéctateahora*. Recuperado de <http://www.proyectateahora.com/cuestionario-sobre-creatividad-personal-averigua-a-que-nivel-tienes-desarrollada-tu-creatividad/>

Pastor, S. y Salazar, V. (). Tendencias y líneas de investigación en adquisición de segundas lenguas. *Estudios de lingüística*. Anexo 1. 11-12.

Piaget, J. (1964). Part I: cognitive development in children: Piaget development and learning. *Journal of research in science teaching*, 2 (3), 176-186.

Ponti, F., Ferràs, X. (2006). *Pasión por innovar. De la idea al resultado*. Badalona, España: Granica.

Robinson, K. (2010). *Changing Paradigms*. Recuperado el 13 de marzo de 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=Z78aaeJR8no>

Rodríguez, A.F. (2006). *Dialogando con la teoría componencial de Teresa Amabile. En Comprender y evaluar la creatividad. Volumen I*. Málaga, España: Ediciones Aljibe.

Romero, A., Jara, P., Marín, F., Millán, A. y Carrillo, E. (2009). *El Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) como práctica multiasignatura con grupos grandes*. Experiencia de una práctica ABP en cuatro asignaturas de primer curso de Licenciado en Psicología de la Universidad de Murcia. Recuperado de <https://www.um.es/docencia/agustinr/ie/prodcien/13-2009-PosterABPprimero6-UAM.pdf>

Romo, M. (1997). *Psicología de la creatividad*. Barcelona, España: Paidós.

Sánchez, A., Rodríguez, L. y Poveda, M. (2009). *Los adolescentes en la red. Estudio sobre los hábitos de los adolescentes en el uso de Internet y redes sociales*. Recuperado de www.ucjc.edu/.../resumen_ejecutivo_habitos_de_los_adolescentes.pdf

Schön, D. (1987). *La formación de profesionales reflexivos: hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje de los profesionales*. Barcelona, España: Paidós.

Sternberg, R. (2012). The Assessment of Creativity: An Investment-Based Approach, *Creativity Research Journal*, 24(1), 89.

Valcárcel, M. (2017). *Presentación y explicación de los contenidos: La clase magistral*. (Plan de formación inicial del profesorado de la universidad de Murcia (Fiprumu-7)). Recuperado de https://www.um.es/c/document_library/get_file?uuid=6a9e9620-b306-42c8-91e5-cef7198d39e4&groupId=316845

Vázquez, G. (2000). *El discurso académico escrito. ¿Cómo se escribe una monografía?* Guía Didáctica. Madrid: Edinumen.

Weisberg, R.W. (1987). *Creatividad, el genio y otros mitos*. Barcelona, España: Editorial Labor, S.A.

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario de autoevaluación creativa

Tardaréis unos 10 minutos en realizar el cuestionario. Relájate e intenta ser sincero.

Lee las siguientes afirmaciones y puntúa del 1 al 5. Marca con un círculo la respuesta con la que te identifiques.

(1 no me identifico nada, 5 me identifico al máximo) contesta en función de cómo eres en la actualidad, no como te gustaría ser.

1. Me considero una persona creativa.

1 2 3 4 5

2. Me doy cuenta de que soy algo más creativo que la gente que me rodea.

1 2 3 4 5

3. En la escuela, en casa o ahora, siempre he sido considerado una persona creativa.

1 2 3 4 5

4. Me encanta observar, ver costumbres y formas de vivir diferentes a las mías.

1 2 3 4 5

5. Me gusta saber cosas sobre temas diversos, más allá del trabajo cotidiano.

1 2 3 4 5

6. Me encanta desmenuzar las cosas, ver como son por dentro, analizarlas y descubrir cómo funcionan.

1 2 3 4 5

7. Tengo facilidad para detectar los problemas de mi entorno profesional.

1 2 3 4 5

8. Tengo facilidad para definir claramente un objetivo y empezar a trabajar en él.

1 2 3 4 5

9. Tengo facilidad para convertir mis problemas en frases o fórmulas que permiten trabajar con mayor eficacia y concreción.

1 2 3 4 5

10. Me deleito dándole vueltas a las cosas.

1 2 3 4 5

11. Me encanta tener muchas ideas alternativas, no suelo conformarme con lo primero que me viene a la cabeza.

1 2 3 4 5

12. Me encanta participar en equipos de trabajo y buscar conjuntamente ideas para cualquier tema de interés común.

1 2 3 4 5

13. Me llevo bien con los niños, me gusta compartir sus juegos y su forma de ver la vida.

1 2 3 4 5

14. Tengo facilidad para expresar mis ideas de forma gráfica, a través de dibujos, esquemas o mapas.

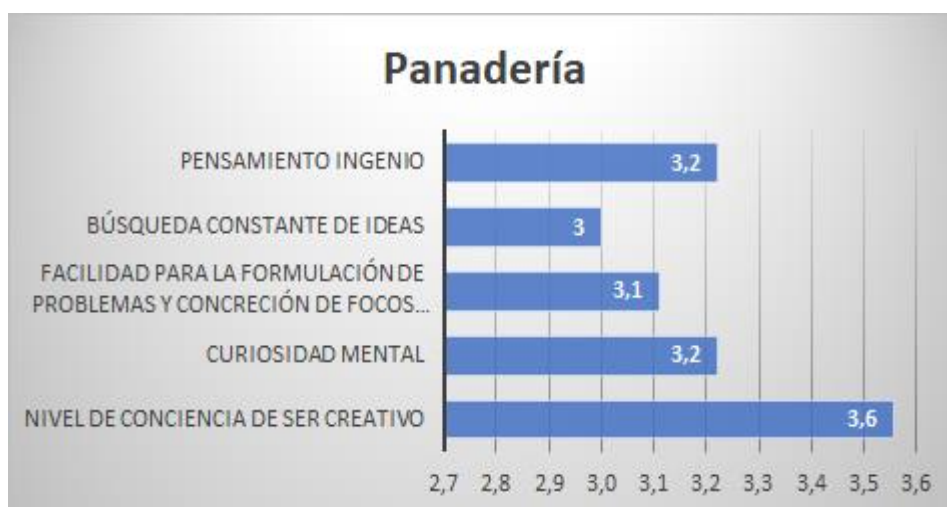
1 2 3 4 5

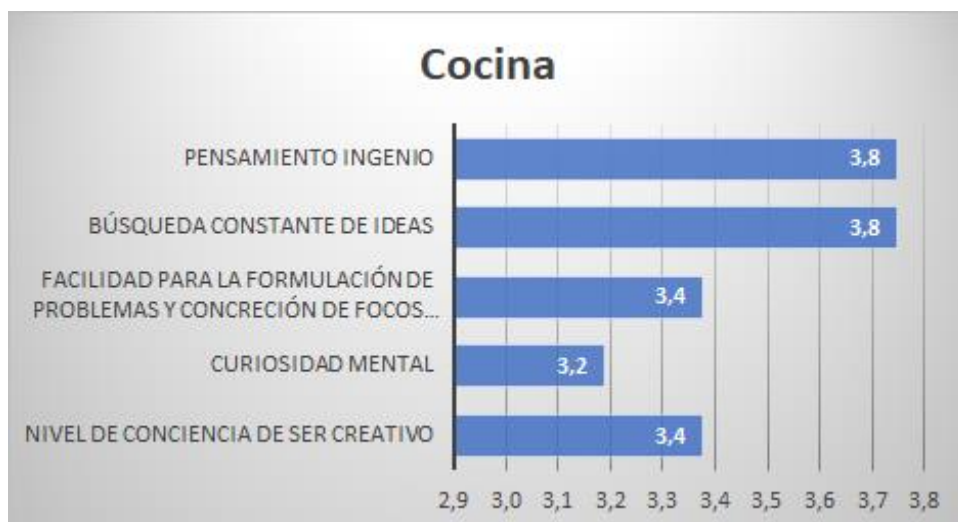
15. Cuando genero ideas para algo, no me importa si parecen ideas locas, irrealizables o absurdas.

1 2 3 4 5

Anexo 2: Resultados gráficos de la primera y segunda autoevaluación creativa, desglosados en ciclos.

Gráficos del cuestionario antes de implantar las metodologías por ciclos:



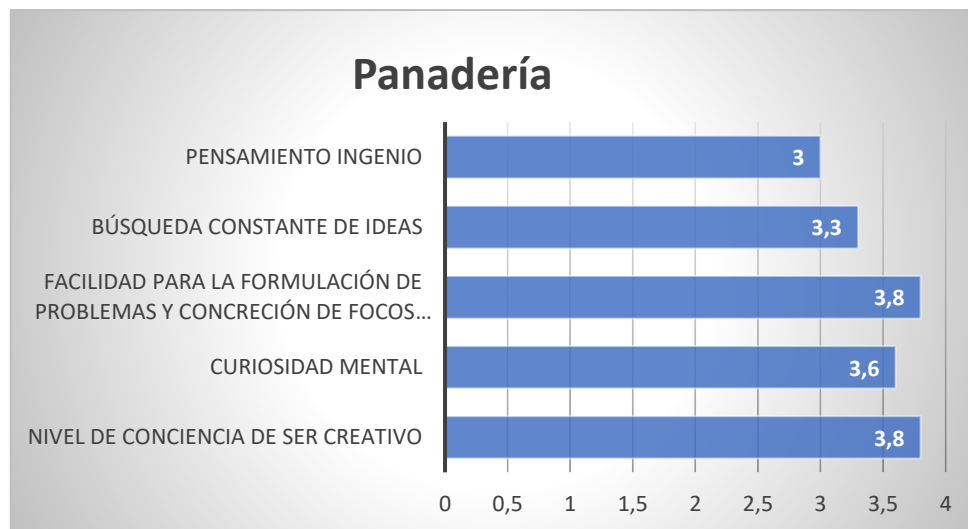


Resultados desglosados de los 3 ciclos del primer cuestionario:

- El ciclo de Agencias de viajes muestra un pensamiento ingenio, facilidad para la formulación de ideas y focos creativos y autoconciencia creativa por encima de 3, con los valores más altos en pensamiento ingenio y autoconciencia creativa en 3,6 puntos. Sin embargo, la curiosidad mental por la materia muestra un valor de 3 y la búsqueda constante de ideas no llega a la mitad, con un valor de 2,6.
- El ciclo de Panadería revela unos valores por encima de 3 en 4 ítems, a excepción de la búsqueda constante de ideas, que se queda en la mitad, 3. El valor más alto es el nivel de conciencia de ser creativo, el cual tiene un valor de 3,6.
- El ciclo de cocina presenta unos valores superiores a los otros ciclos, con unos valores por encima de 3 en los 5 ítems. Los resultados más altos los expone en el pensamiento ingenio y en la búsqueda constante de ideas, con 3,8 puntos en ambas. La facilidad para la concreción de focos creativos y la autoconciencia creativa se mantienen con el mismo valor 3,4, mientras que la curiosidad mental muestra el valor más bajo con 3,2.

Los 3 ciclos presentan ligeramente valores por encima de la media, aunque el ciclo de cocina está un poco por encima con un 3,5, mientras que el de Agencias de viajes tiene un 3,24 y el de panadería un 3,2, prácticamente iguales.

Gráficos del cuestionario después de implantar las metodologías por ciclos:



Resultados desglosados de los 3 ciclos en el segundo cuestionario:

- Respecto al ciclo de Agencias de viajes, todos los ítems se sitúan por encima del 3, excepto la búsqueda constante de ideas que tiene un valor de 3 y la curiosidad mental, que muestra un valor más bajo que la vez anterior, 2,8. La facilidad para la concreción de focos tiene un valor de 3,2. En segundo lugar, está el pensamiento ingenio con un 3,6 y casi con el mismo porcentaje la autoconciencia creativa con un 3,7.
- El ciclo de Panadería tiene unos valores ligeramente más altos que el de Agencias, ya que sus valores más bajos son de 3 y 3,3, en los ítems de pensamiento ingenio, valor más bajo que en el primer formulario y la búsqueda constante de ideas. La curiosidad mental tiene un valor de 3,6 y por último los dos ítems más altos son la concreción de focos creativos y la autoconciencia de ser creativo, con un 3,8 en ambas.
- Los porcentajes más altos son los del ciclo de Cocina, ya que el valor más bajo es un 3,8 en la autoconciencia creativa, le siguen de cerca el pensamiento ingenio y la curiosidad mental con 3,9. Finalmente, la búsqueda constante de ideas y la concreción de focos creativos tienen unos valores muy por encima del resto de ciclos con un 4,1 ambas.

Los ciclos de Panadería y Cocina presentan porcentajes ligeramente superiores al primer formulario que se realizó, excepto el ciclo de Agencias de viajes que prácticamente se mantiene. Panadería presenta un aumento más notable, con +0,3 que en el test anterior, es decir, 3,5. Finalmente, igual que en el resultado anterior, Cocina es el ciclo más creativo, obtiene +0,5 en los resultados creativos, con un total de 4,0.

Anexo 3: Actividades de ABP y *Role playing*.

Actividad: Aprendizaje basado en problemas 1

Caso 1: Panadería el Pinar

Dos panaderos discuten continuamente en el obrador, enturbiando la atmosfera de trabajo. Por ejemplo, suelen discutir sobre quien debe limpiar las máquinas y los utensilios. Finalmente, el jefe habla con ellos para solucionarlo, pero no quiere ceder ninguno, ¿cómo lo solucionarías?

Caso 2: El Pairal

María cree que no le han pagado las horas extras que le tocan, por ello discute con David (el jefe), apelando que en el convenio pone que se deben pagar a final de mes. Otros compañeros se dan cuenta que tampoco las han percibido en su nómina, por lo que también se unen a María y hablan con el jefe. Finalmente, el jefe reconoce parte de su derecho a los trabajadores, pagándoles sólo la mitad de lo que les pertenece. ¿Qué harías para solucionar la situación?

Caso 3: CIPFP Costa de Azahar

En la escuela de hostelería y turismo CIPFP Costa de Azahar José no soporta a María, piensa que es una vaga y creída que sólo trabaja cuando mira el profesor. María cree que José es un pelota con el profesor. Por ello, nunca pasan de los buenos días. ¿Cómo lo solucionarías?

Caso 4: Restaurante La Ola

Oscar y Ulises trabajan de ayudantes de cocina. El jefe de cocina va a jubilarse y discuten sobre quien merece el puesto. Finalmente, el puesto se lo dan a Oscar y Ulises quiere irse, porque dice que no se le valora. ¿Qué harías como jefe del establecimiento?

Caso 5: 0% Gluten

Elisa es una pastelera en la empresa 0% Gluten, lleva muchos años en la empresa trabajando muy bien y está descontenta porque no le ascienden a pastelera de primera, por ello su rendimiento baja y se nota en la productividad de la pastelería. El encargado le recrimina su bajada de rendimiento y al saber porque es te lo comenta a ti (jefe). ¿Qué podrías hacer?

Caso 6: Panadería 365

Los panaderos Ramón y Ana, de la Panadería 365 no están de acuerdo con las nuevas condiciones de trabajo, tienen una reducción del salario de un 5%. Hablan con su superior, pero no llegan a un entendimiento y deciden que a final de verano se irán de la empresa. ¿Cómo puedes resolver la situación?

Actividad: Aprendizaje basado en problemas 2

Restaurante La Parrilla

El propietario del Restaurante La Parrilla (Miguel) está a punto de jubilarse y decide venderle el negocio al mejor postor (Juan), adquiriendo la totalidad del restaurante.

Hasta el momento los 18 trabajadores estaban muy a gusto trabajando y con una producción bastante buena, debido a las buenas condiciones de trabajo: horarios flexibles (les dejaba cambiar turnos o irse una hora antes si luego la recuperaban), les dejaba quedarse íntegramente con las propinas, podían comer gratis en el restaurante si lo deseaban y contaban con una Nespresso con cápsulas ilimitadas para todos los trabajadores.

Juan no está de acuerdo con esta política de empresa y decide eliminar la flexibilidad horaria, ya que sólo le da quebraderos de cabeza y cree que la gente se aprovecha demasiado. Por otro lado, decide repartir las propinas 50% para él y 50% para el personal de sala únicamente, porque pierde mucho dinero con ellas y el personal de sala es el que está de cara al público.

Los 18 trabajadores no están de acuerdo con las nuevas medidas de Juan porque están perdiendo derechos.

-Elabora el proceso de mediación para este conflicto obteniendo la solución más beneficiosa para ambas partes.

Actividad: *Role playing 1*

En parejas de dos tendréis que representar dos roles en una empresa, en la cual ha surgido un conflicto. Sé creativo y claro a la hora de escenificarlo. Puedes usar la imaginación para hacerlo más real si lo deseas, sin salirte del conflicto dado.

Caso 1: Ha llegado una subvención a la empresa de 10.000€ y el jefe de RRHH cree que debe ser destinado ahí.

Sujeto 1: Trabajas como jefe en el departamento de RRHH desde hace 10 años, es muy pequeño y se destinan pocos fondos a él. Acaban de despedir a un compañero y sólo quedáis 3 en tu departamento.

Sujeto 2: Eres el jefe de la empresa, el cual destina mucho dinero a otros departamentos y a RRHH muy poco, ya que no es muy importante.

Caso 2: Enrique, jefe de cocina se va a jubilar del restaurante El Oclot y ha surgido un conflicto entre Juan y David por sucederle.

Sujeto 1: Eres Juan, llevas 20 años trabajando en el restaurante, y cuentas con más experiencia que los demás, además de tu capacidad de liderazgo. Por ello, quieres suceder a Enrique en su puesto.

Sujeto 2: Eres David, llevas 7 años en el restaurante, cuentas con muchos títulos de escuelas de hostelería y eres un as en la innovación culinaria. Por ello, quieres suceder a Enrique.

Caso 3: Problemas económicos en el restaurante La Ola.

Sujeto 1: Eres Oscar, encargado en La Ola, tu padre ha tenido un problema económicos con el padre de Ana, con lo cual quieres pedirle explicaciones a Ana.

Sujeto 2: Eres Ana, camarera en La Ola, tu padre ha tenido un problema económico con el padre de Oscar y por eso no quieres saber nada de Oscar.

Actividad: *Role playing 2*

Vendedor

Eres jefe de un restaurante que vas a cerrar porque te jubilas. Quieres vender todo el local con los utensilios de cocina incluidos (todos de una calidad media bastante usados), el sitio está localizado a 30m de la playa del Torreón y con vistas al mar.

Asume el rol lo mejor posible para que la otra parte ceda en sus intereses.

1. Define tu GPT.

2. Elige el estilo o estilos de negociación que vas a usar y las tácticas más adecuadas.

Comprador

Eres un emprendedor que quiere comprar un local para montar un restaurante cerca de la playa del Torreón y encuentras uno bastante bueno y bien situado que se vende, aunque sabes de sobra que los locales en esa zona son bastante caros. Ingéniateles para sacar el local lo más barato posible.

Asume el rol lo mejor posible para que la otra parte ceda en sus intereses.

1. Define tu GPT.

2. Elige el estilo o estilos de negociación que vas a usar y las tácticas más adecuadas.

Actividad: *Role playing 3*

Luís es el coordinador de un departamento y acaba de recibir un ordenador de última generación. Tiene que decidir quién se lo queda.

- Luís: Coordinador de un departamento. Debes decidir quién se queda el ordenador, estás indeciso, por ello dejas que los trabajadores debatan sobre quien lo merece más y te ayude a decidir.
- Adrián: Quieres el ordenador porque el tuyo ya está lento, además eres el que más años lleva en la empresa y tienes mucho volumen de trabajo.
- Paloma: El ordenador te corresponde a ti porque el tuyo no tiene las mismas prestaciones que el resto y eso a veces te retrasa con la faena. Además, crees que Adrián te tiene envidia porque ve amenazada su posición dentro del grupo.
- Carmen: Te corresponde el ordenador porque siempre has estado pidiendo uno de esa marca y tienes mucha mano con la informática, pero si al final no te lo dan, en tu opinión no se lo deben dar a Cristian, ya que trabajas al lado de él y sabes que no es muy cuidadoso con las cosas.
- Cristian: Crees que por ser el trabajador con más títulos en la empresa te concierne ese ordenador, encima pediste un aumento de sueldo hace tres meses y no te lo dieron.

