



Universidad Internacional de La Rioja
Facultad de Educación

Trabajo fin de máster

Propuesta de actividades para la
mejora creativa en la asignatura de
Iniciación a la Actividad
Emprendedora y Empresarial de 4º
de la E.S.O.

Presentado por: Miguel Ángel Alonso Santiago
Línea de investigación: Métodos pedagógicos y estrategias de
aprendizaje
Director/a: Fernando Estomba Echepare

Ciudad: Madrid

Fecha: 24 de Junio de 2016

A Favoritos, por ser espacio de contraste, de ilusión y de vida.

Resumen

En el marco socio-laboral actual, debido a la situación de crisis económica que afecta a todas las estructuras actuales existentes de la sociedad, uno de los aspectos que se considera de mayor importancia y relevancia en la demanda de perfiles de trabajo, es la base creativa como factor para lograr aportar un valor diferente y añadido para el crecimiento y la resolución de diferentes tipos de desafíos. La base creativa trata de dotar a la persona de capacidad resolutoria, habilidades para maximizar el desempeño grupal, las sinergias como punto de crecimiento y, finalmente, la aportación de valor añadido a través del re-encuadre situacional de diferentes escenarios, sujetos e ideas. En esta clave, el presente proyecto de fin de máster pretende realizar una propuesta firme y diseñar actividades que permitan la mejora creativa en la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial.

Para comenzar la investigación, se va a partir de una revisión bibliográfica con el fin de contrastar lo ya estudiado por otros autores en torno a la creatividad, el plano de situación actual de la temática, su problemática y su prospectiva futura. Como matiz, afirmar que en el marco teórico se desarrollará un estudio deductivo del contexto creativo, pasando por el proceso creativo hasta la enseñanza creativa y, después, se vincularán estas tres claves con la competencia emprendedora e intraemprendedora. Dentro de esta última, se trabajarán las tres capacidades mencionadas en el segundo párrafo.

Por otro lado, en el plano operativo, vamos a realizar un cuestionario inicial sobre una muestra no representativa de 20 alumnos de Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial con el fin de conocer las fisuras del modelo de enseñanza en el que trabajan y cómo las conciben. Se hará lo mismo, pero en formato entrevista, con el docente titular de la materia y otros dos del departamento de Economía para conocer la posición y la concepción del tema por parte del cuerpo docente que engloba a la asignatura objeto de estudio. Con los resultados obtenidos, procederemos a la puesta en marcha de cuatro actividades para el desarrollo creativo (SCAMPER, Edutainment, Analogías y WebQuest) durante el período correspondiente a una quincena.

Finalmente y a modo de evaluación, recogeremos la valoración de cada una de las actividades por parte de los alumnos en relación a la consciencia sobre el desarrollo de las habilidades y capacidades objetivo del proyecto y, por último, se analizará en

profundidad la apreciación de la óptima experiencia educativa que arraiga en los educandos en este formato de actividades, para el desarrollo de las unidades didácticas de la materia que trabajan.

Palabras clave: Creatividad, actividades creativas, 4º de E.S.O., enseñanza creativa, capacidad resolutoria, aportación de valor añadido, desempeño grupal.

Abstract

In the current social and labor framework, due to the situation of economic crisis that affects all the current structures of society, one aspect that is considered of great importance and relevance in the demand of job profiles, is creativity basis as a factor to achieve a different and added value for growth and the resolution of different types of challenges. Creativity creative provides the person with problem-solving ability, skills to maximize synergies and group performance as subject point of growth and, finally, the contribution of added value through the situational reframing of different scenarios and ideas. In this key, this master's project aims to make a firm proposal and design activities which allow the creative improvement in the subject *Iniciación a la actividad empresarial y emprendedora*.

The research is based on a literature review, in order to contrast what has been already studied by other authors around the creativity, the current situation of the subject its problems and its prospective future. As a nuance, affirmed that the theoretical framework will develop a deductive study of the context of the creative process, through to creative teaching and, later, these three keys are linked with entrepreneurial and *intraemprendedora* competition. Within the latter, three capabilities referred to in the second paragraph will be developed.

On the other hand, at the operational level, we will perform an initial quiz on a non-representative sample of 20 students of *Iniciación a la actividad empresarial y emprendedora*, in order to know the weaknesses of the model of teaching and how they conceive it. The same thing will be done, but in interview format with the professor of the subject and two more of the Economics Department to know the position and the conception of the subject by the faculty who related to the subject under study. With the results obtained, we will proceed to the implementation of four activities for creative development (SCAMPER, Edutainment, Analogies and WebQuest) for a fortnight.

Finally, as a way of assessment, we will collect the valuation of each of the activities by the students, regarding the awareness of skills object of the project, and finally the appreciation of the optimal educational experience which is rooted in the learners in this format of activities for the development of the didactic units of the subject.

Key words: creativity, creative activities, 4th ESO, creative teaching, problem-solving capacity, contribution of added value, group performance.

Índice

1. Introducción.....	8
1.1. Justificación del trabajo y su título	9
1.2. Planteamiento del problema.....	9
1.3. Breve justificación de la bibliografía utilizada	10
2. Marco teórico.....	13
2.1. Creatividad.....	13
2.1.1. Capacidad creativa	15
2.1.2. Persona creativa.....	16
2.1.3. Producto creativo	18
2.1.4. Pensamiento lateral	19
2.2. Competencia emprendedora	21
2.2.1. Iniciativa emprendedora.....	21
2.2.2. Pensamiento estratégico.....	23
2.2.3. Diferenciación y valor añadido.....	24
2.3. Competencia intraemprendedora	25
2.3.1. Comunicación y persuasión, claves para el desempeño grupal en sociedad	26
2.3.2. Resolución de problemas.....	27
2.3.3. Autonomía, liderazgo e innovación como valor añadido	27
2.4. Relación entre creatividad y competencia emprendedora e intraemprendedora en la educación	28
2.4.1. El contexto creativo en la enseñanza de la competencia emprendedora e intraemprendedora	29
2.4.2. El proceso creativo en la enseñanza de la competencia emprendedora e intraemprendedora	29
2.4.3. La enseñanza creativa de la competencia emprendedora e intraemprendedora	30
3. Marco práctico.....	31
3.1. Análisis de la situación educativa	31
3.2. Hipótesis.....	51
3.3. Objetivos	52
3.3.1. Objetivo general	52
3.3.2. Objetivos específicos.....	52
3.4. Metodología	53
3.4.1. Propuesta de intervención o de programa.....	54
3.4.2. Destinatarios.....	69
3.4.3. Cronograma de trabajo.....	69

3.4.3. Recursos humanos, materiales y económicos	70
3.4.4. Formas de evaluación de la propuesta	72
3.4.5. Resultados obtenidos.....	72
4. Conclusiones.....	83
5. Discusiones	86
6. Limitaciones y prospectiva de futuro	90
7. Bibliografía	92
7.1. Referencias bibliográficas	92
7.2. Bibliografía.....	95
8. Anexos	99
8.1. Anexo I: Fichas utilizadas para la dinámica de Analogías.....	99
8.2. Anexo II: Documento resumen de la actividad de investigación WebQuest.	109
8.3. Anexo III: Cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciación a la actividad empresarial y emprendedora en el centro concertado objeto de estudio.....	111
8.4. Anexo IV: Cuestionario de evaluación de las actividades propuestas	115
8.5. Anexo V: Entrevistas al docente titular y a los docentes del departamento de economía	118

Índice de tablas

Tabla 1: Valores para la realización del diagrama de Gantt.	70
--	----

Índice de gráficos

Gráfico 1: Diagrama de Gantt de la puesta en marcha de las actividades.....	70
---	----

1. Introducción

A lo largo de la última década y, en mayor medida, durante la transición del último cambio de siglo, la sociedad de la información y del conocimiento en la que actualmente vivimos, ha generado importantes y relevantes impactos y cambios en el contexto social y en lo que el mismo demanda. Considerando como bandera el cambio de los medios analógicos por medios digitales, el principal reclamo del que se hacen eco las organizaciones son perfiles creativos, flexibles, capaces de trabajar en grupo, aportar valor adicional y habilidades para subsanar y resolver diferentes tipos de conflictos y retos en contraste con lo marcado en el último Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos de la OCDE, PISA (OECD, 2011).

La educación, como disciplina que viaja a merced de lo que va reclamando la sociedad a cada tiempo vive, como fruto del ensimismamiento y del bloqueo de la crisis económica y de valores actual, un proceso de distanciamiento social y ensimismamiento perplejo en relación con el marco social. Como bien afirma Marina (2004) “La ausencia de análisis introspectivo produce inteligencias impulsivas, toscas, imprevisibles, pero el exceso de análisis, la rumia continuada, es paralizante.” (p. 81).

Este análisis instropectivo que comparte Marina (2004), constituye el pilar fundamental sobre el que se sustenta la actual necesidad y demanda creativa que, siendo parte innata de cada sujeto, es necesario desarrollarla y trabajarla con el fin de lograr que el individuo se desarrolle al máximo en todo su ser. Así lo reafirma el Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional (2009) a través del manifiesto Creativity and Innovación, el que se describe (punto número 6) la necesidad de “fomentar procesos, pensamientos e instrumentos creativos que tengan en cuenta las necesidades, emociones, aspiraciones y habilidades los usuarios” (p. 2).

Sin embargo, y a pesar de esta demanda social, la situación educativa actual parece estar orientada en sentido contrario. Así lo defiende Robinson (2009) cuando afirma que la habilidad académica ha llegado a etiquetar y a estigmatizar aquellas prácticas en las que realmente eran buenos, reduciéndose a jerarquizar materias y a darles un rigor dotado de fijeza funcional. Aquí empieza, por lo tanto, el cometido del presente proyecto fin de máster que se centra en dar una solución práctica, teniendo como fin el constituir una base creativa que devuelva el estilo y la formación que los educandos y la sociedad realmente demandan.

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO Y SU TÍTULO

La elección de la idea de investigación del proyecto, viene motivada por mi experiencia en prácticas en el centro concertado en el que las realicé. Destaco principalmente la fijación personal que tengo hacia la materia Iniciación a la actividad empresarial y emprendedora de 4º de la E.S.O., puesto que personalmente creo que es una asignatura que ofrece muchas posibilidades y flexibilidad pedagógica (no existe la presión de obtener nota media para la prueba de acceso a la universidad y supone inmediatez laboral para muchos alumnos que no desean continuar con estudios de formación superior).

A pesar de que el centro cuenta con un programa de aprendizaje colaborativo muy óptimo, considero tras mi experiencia que un impulso creativo mejoraría exponencialmente las posibilidades de los grupos de alumnos y de la materia en cuestión. Decidí, por lo tanto, unir estas dos inquietudes para dar cabida y respuesta a este proyecto.

La presente investigación se centra, dentro de un marco de enseñanza creativa, en la propuesta y el desarrollo de actividades que permitan la mejora creativa, con el fin de dar cobertura a las capacidades mencionadas en el manifiesto creativo del Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional (2009). Así pues, la propuesta de título acoge lo justificado en la introducción y en el presente epígrafe, denominándose “Propuesta de actividades para la mejora creativa en la asignatura de Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O.” Justificado el título y la elección de la propuesta, se va a proceder a replantear el problema y los autores que conformarán los estudios de referencia para el desarrollo y la intervención de la idea del proyecto.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como he mencionado en el punto anterior 1.1., a pesar de que el centro en el que desarrollé mis prácticas contaba con un programa de aprendizaje colaborativo muy óptimo, consideré como idea a extrapolar al resto del sistema educativo, que uno de los temas pendientes de desarrollo es la necesidad de un impulso creativo que permitiese mejorar exponencialmente las posibilidades de los grupos de alumnos y de la materia en cuestión. Aquí nace el problema que posteriormente iremos planteando de forma

deductiva en el marco teórico, desde el contexto creativo hasta la enseñanza creativa de actividades que potencien la unidad integral de cada educando.

El primer paso de la investigación, consiste en reconocer el estado actual de la cuestión a tratar y ver quiénes son los autores de referencia en materia para poder aportar valor añadido con el presente trabajo.

1.3. BREVE JUSTIFICACIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

En el siguiente epígrafe, ya definido el origen de la problemática del trabajo que se desea investigar y estudiar, se va a proceder a identificar a los autores de mayor relevancia y autoridad en el tema dentro de la comunidad de investigadores, analizando las fuentes primarias o secundarias que constituyen sus obras (libros, artículos, tesis, conferencias, etc) y que son de gran valor para el actual trabajo.

Los principales autores descados en materia creativa son:

- De Bono, E. a través de su obra “El pensamiento creativo, el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas” es considerado como uno de los padres del pensamiento lateral, uno de los mayores avances en la reestructuración del pensamiento en relación al impacto educativo en los alumnos.
- Guilford, J. P. a través su obra “La creatividad”, es considerado uno de los motores fundamentales del desarrollo del pensamiento divergente y uno de los autores fundadores del vínculo inteligencia-creatividad, como base fundante de la enseñanza de las habilidades del pensamiento creativo.
- Torrance, E.P. a través de su publicación “Orientación del talento creativo” es uno de los mayores desarrolladores de pruebas y test para la identificación y la mejora de la creatividad en el sujeto. Uno de los más utilizados es el TTCT (Torrance Test of Creative Thinking).

- Barron, F., a través su libro “Personalidad creadora y proceso creativo” y Maslow, A., se convierten en dos de los mayores desarrolladores de la relevancia de la creatividad en el plano existencial y operativo de cada sujeto y cada educando. En esta misma línea de desarrollo, y sin introducirnos en el campo de las inteligencias y metodologías constructivistas, Ausubel, D. P. y su aportación “The Psychology of Meaningful Verbal Learning” marcan un hito fundamental, dentro de un marco comunicativo (métodos creativos para comunicar persuasivamente), de cara al desarrollo de la creatividad en la enseñanza en las aulas.
- Finalmente, cabe destacar la labor fundamental y el gran reconocimiento en materia creativa de dos autores como Marina, J.A. y Robinson, K. a través de sus obras “La inteligencia fracasada: Teoría y práctica de la estupidez” y “Las escuelas matan la creatividad” fundamentada en su libro “El Elemento” (Robinson, 2006). La relevancia de estas obras viene determinada por su capacidad analítica y crítica, que evidencian que el actual sistema de enseñanza necesita reformas en materia creativa para un mejor desempeño del profesorado y un mejor crecimiento del educando.

Otros autores destacados y tenidos en cuenta para el presenta trabajo son:

- En primer lugar, y como transición hacia una nueva corriente de autores que, sin ser padres fundadores en la materia se han conformado como seguidores de rigor de la presente línea de investigación, encontramos a Bustamante, R. y a Esquivias, S. que, a través de su obra “Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones” y basándose en los pioneros anteriormente mencionados, nos muestran de forma sintetizada la importancia actual de la creatividad, acuñando los términos y conceptos que se presentan como fundamentales para constituir la base de una nueva metodología educativa.

- Enfocando el estudio en un planteamiento deductivo desde contexto creativo hacia la enseñanza creativa, destacamos a los autores Ojeda, J., López, B. S. y Recio, H. por sentar y documentar las bases del pensamiento crítico del alumno y el producto creativo de la educación en la enseñanza en el aula.
- En tercer lugar, atendiendo a la competencia emprendedora, destacamos a Aguilera, L. E. y su artículo “Innovar con ingenio en una Pyme” como una respuesta educativa, ante la inmediatez laboral que presenta el curso en el que se estudia la asignatura de Iniciación a la actividad empresarial y emprendedora. Describe con gran detalle las ventajas de un perfil creativo (orientado hacia la innovación) en el mundo de la organización de empresas.
- En relación con la competencia intraemprendedora, Muñoz, N., Prado, D. y Sático, A. refuerzan teóricamente las capacidades necesarias en materia educativa, como renovación de un sistema educativo con mayor orientación a un contexto social que demanda perfiles resolutivos, con buen desempeño grupal y que aporten plusvalía al proceso en el que intervengan.
- Finalmente, es fundamental tener en cuenta a Martínez-Otero, V., Simón, H. y Glaser, R. como los grandes teóricos en relación a los retos psicopedagógicos de la materia creativa y la faceta resolutiva atendiendo al ámbito laboral, junto con la plataforma educativa-creativa Proyéctate.

Todas las obras presentadas en esta justificación bibliográfica, y otras que han sido de interés para el presente trabajo, pueden ser encontradas en el apartado 7 bibliografía. Descritos ya los autores y sus obras de referencia, se va a proceder a desarrollar el marco teórico del proyecto.

2. Marco teórico

Una vez establecida la idea del proyecto y la justificación por relevancia, autoridad y espacio temporal de los autores que contextualizan el mismo, vamos a proceder, en este marco teórico, a conocer en profundidad el concepto de creatividad y sus matices. Derivado de este concepto, analizaremos cómo se gesta y se desarrolla la capacidad creativa en el sujeto humano, qué fundamentos establece en la persona creativa y, finalmente, la importancia del pensamiento lateral y divergente como foco de desarrollo de las competencias emprendedora e intraemprendedora. La relación de estos elementos, trae consigo el objetivo de alcanzar la optimización, a través de actividades creativas, de la capacidad de resolución de problemas, la aportación de valor añadido y el desarrollo del desempeño grupal como claves demandadas socialmente. Se empezará, en primer lugar, analizando la evolución conceptual de la creatividad y, de forma deductiva, iremos desgranando el resto de conceptos clave.

2.1. CREATIVIDAD

Dado que la creatividad constituye el foco central del presente estudio, vamos a proceder, en primer lugar, a abordar y a estudiar las diferentes concepciones y definiciones del término, con el fin de proporcionar una visión más amplia y completa. En primer lugar, y atendiendo a su concepción más purista, podemos definir que la creatividad es la “facultad de crear” o la “capacidad de creación” (Real Academia de la Lengua Española 23^a Edición, 2014) en relación a la producción de algo de la nada o al hecho de dar origen a algo concreto.

Atendiendo a los diferentes prismas y matices que se pueden ir añadiendo a la propia base conceptual de la creatividad, y acercándolo gradualmente a la figura del ser humano (más concretamente el educando), podemos contemplar otras acepciones de la creatividad, como aquella referida a un conjunto de aptitudes que orientan al sujeto hacia la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente (Guilford, 1950). Esta misma línea conceptual es remarcada y reafirmada en una vertiente más personalista, según lo recogido por Ausubel (1963), en la que la creatividad es el rasgo personal a través del cual “se distingue a un individuo por la calidad y la originalidad fuera de lo común de sus aportaciones en los diferentes campos del arte y la sociedad. Por lo tanto, y haciendo una primera fusión entre las dos definiciones aportadas, podemos afirmar que la creatividad se configura como un proceso bajo el que subyace la movilización y la

relación de una serie de elementos y recursos, con el fin de alcanzar la obtención de un producto original que traiga consigo una serie de connotaciones con significación óptima en el campo en el que se aplique (educativa, social y laboral en relación al presente estudio).

Dando un pequeño paso hacia delante en la investigación y de forma deductiva, vamos a continuar acotando el concepto de creatividad como un rasgo que toma parte del plano mental de la unidad del ser humano y que, en función de lo aportado por López y Recio (1998) como primera línea para abordar la dimensión educativa en el presente estudio, podemos definir como un estilo que contextualiza el plano cognitivo y operativo teniendo como proyección externa la generación de un producto, situación, idea u objeto cuya meta es la transformación y el impulso de algún factor circunstancial de la realidad presente. En esta vertiente y en este grado de concreción, se va a orientar la definición que va a conformar la base teórica de la presente investigación. Esta misma concepción, es apoyada y matizada por autores como Robinson (2006), que hace hincapié en su obra “El Elemento” en el valor de las ideas originales en aras del descubrimiento y del desarrollo pleno de la propia vocación y de los talentos propios.

Finalmente, y según lo aportado por Esquivias (2004) en relación con Torrance (1969), es necesario dar un paso más allá en la definición, en relación al ámbito educativo, y establece textualmente que:

La creatividad es el proceso de ser sensible a los problemas, a las deficiencias, a las lagunas del conocimiento, a los elementos pasados por alto, a las faltas de armonía, de resumir una información válida, de definir las dificultades e identificar el elemento no válido, de buscar soluciones (...) y comprobar dichas hipótesis y modificarlas si es preciso, perfeccionándolas y, finalmente, comunicar los resultados (p. 6)

De forma complementaria a lo mencionado por Esquivias (2004), Navarro (2008) centra su enfoque y desglosa la referencia a la relevancia de la persona, proceso, producto y contexto creativo, en el que profundizaremos en los siguiente puntos del marco teórico. Navarro (2008), lo expone textualmente de la siguiente manera:

La cualidad de una persona que surge de la constelación de rasgos intelectuales, de personalidad y motivacionales, capacitándola para utilizar la metacognición de un modo óptimo. Es la cualidad de un proceso que comienza con la percepción de la persona sobre la necesidad de dar respuesta a un fallo, un hueco, o descompensación en el funcionamiento o conocimiento de algo, la cualidad de un producto que supone la transformación radical respecto de su estado anterior o de lo conocido, así como la cualidad del ambiente o contexto que facilita recursos, presenta modelos o parangones y evita obstáculos para que la persona utilice aquella metacognición de manera óptima (p. 27).

Tomando como referencia esta última definición como culmen deductivo de las diferentes definiciones que hemos ido presentando, y en las que no se considera la creatividad como un término y un concepto aislado, sino como una clave fundamentada en los pilares de la persona (educando), su proceso (proceso de aprendizaje), producto (actividades de aula) y contexto (metodología, escenarios, clima y situaciones de aprendizaje), vamos a proceder en los siguientes apartados a la descripción y a la argumentación teórica de cada uno de estos 4 pilares, con el fin de dar cobertura a uno de los conceptos fundantes de la presente investigación.

2.1.1. Capacidad creativa

Actualmente, y siguiendo la línea de lo contextualizado en el punto anterior en relación a las definiciones y a las concepciones de la creatividad, no existe un consenso generalizado en relación a este término. Por lo tanto, es necesario poner énfasis en la dimensión del contexto creativo, el producto creativo, la persona creativa y, como foco inherente a desarrollar de esta última, la capacidad creativa que trataremos en el presente apartado.

Uno de los puntos argumentales fundamentales para potenciar la creatividad en la unidad indivisible de la persona, es la necesidad inherente al ser humano de buscar soluciones y alternativas óptimas a las diferentes necesidades y problemas, hecho que motiva la necesidad de personas que desarrollen competencias vinculadas a descubrir, hacer re-encuadre de paradigmas y generar nuevas ideas y productos (Esquivias, 2004). Estas ideas conforman lo que denominamos como capacidad creativa, capacidad que, según lo afirmado por Esquivias (2004) como fusión de lo aportado a la

materia por Fromm y Menchen, es una capacidad gestada naturalmente en el ser humano que debe desarrollada.

Siguiendo el hilo de lo propuesto por Esquivias (2004) como foco a ser desarrollado, esta vez situados en la corriente de autores como Guilford (1950) y De la Torre (1982), se converge hacia un fin de la capacidad creativa orientado a la generación de algo nuevo en relación a la producción de nuevas ideas, nuevas alternativas de actuación, nuevos productos, nuevas técnicas y metodologías y nuevos enfoques que permitan un mejor y óptimo desarrollo y evolución social.

Por lo tanto, y concretando las ideas dispuestas en el ámbito de la educación que compete al presente estudio, podemos afirmar como clave de optimización metodológica, en vinculación a un marco de actividades que permitan concantenar la realidad teórico-práctica con la realidad próxima laboral y de estudios superiores, la necesidad de desarrollar las competencias citadas con el fin de potenciar el mejor contexto de recreación laboral posible en aras de potenciar una mayor adaptación al mercado de trabajo y a los niveles de estudios superiores.

2.1.2. Persona creativa

Si nos remontamos a la necesidad histórica de la demanda o necesidad de una personalidad creadora y una persona creativa como concepto acuñado dentro de la evolución social, nos tenemos que remontar a finales del siglo XX y, en concreto, a lo aportado por Maslow (1985) en un contexto de estrategia bélica marcado por la Guerra Fría. La necesidad del desarrollo de la personalidad creadora en este entorno, viene justificada por la optimización en el crecimiento del avance científico y militar, con el fin de que la nación consiguiese un posicionamiento armado con valor añadido. Esta idea es reafirmada por Barron (1976), que en la misma vertiente de Maslow (1985), defiende que es de vital necesidad para el progreso de cada época, el conocimiento, inversión y desarrollo de la virtud creativa de cada sujeto.

Fue también la contribución teórica de Maslow (1985), junto a lo aportado por De la Torre (1982), la que permitió establecer la bisagra y el punto de inflexión desde lo estratégico-militar hacia el mundo del consumo, el mercado, la diferenciación y la persuasión del público objetivo. Esta evolución, permitió apreciar la figura de la persona creativa como un sujeto que permite maximizar exponencialmente la riqueza social, hecho que trasciende a la mera configuración personal en relación o vinculación

a una competencia determinada. Finalmente y en la línea de lo concretado, Mitjans (1995) matiza que esta amplitud conceptual requiere, como factores de radical importancia, la adaptación y la resolución de retos y desafíos propios de cada tiempo y de cada presente.

Finalmente, la conexión educativa con la figura de la personalidad creativa, se remonta a la contribución de Ausubel (1963), afirmando que el proceso creativo se traduce sobre todo en el hecho de buscar una experiencia de recreación del educando en el proceso educativo como un previo al mercado laboral; esta puntualización, viene determinada por la capacidad de generación de algo nuevo, como parte de una aportación original y de calidad en relación a las diferentes dimensiones operativas y actitudinales.

A pesar de su concreción educativa, la creatividad y la configuración de la persona creativa siguen siendo conceptos marcados por la ambigüedad y la abstracción. Con el fin de dar mayor precisión orientativa, vamos a concretar una serie de claves con cierto consenso empírico (Bustamante, 2015), para lograr acotar con mayor precisión la temática que concierne a este epígrafe:

- Diversidad de intereses que permitan la relación y la combinación entre ideas de diferentes campos con el fin de dar pie a nuevas soluciones y propuestas.
- Motivación intrínseca e interés por incorporar nuevos conocimientos, los cuales conforman la base del proceso creativo. Pone especial énfasis en la importancia del autoaprendizaje sostenible y continuo.
- Flexibilidad y disposición al cambio, adaptar las creencias a cada presente.
- Saber dar respuesta a situaciones poco claras o carentes de recursos para abordarlas.
- Capacidad de concentración y persistencia en cada tarea.
- Evitar actitudes introvertidas y fundamentar una creatividad que maximice el crecimiento común.
- Ser inhibidores y propulsores de comportamientos, actitudes y operaciones creativas en diferentes contextos y entornos.

La creatividad, por lo tanto, tiene que ver con las personas, con sus creencias, con su cultura, con su manera de aprender y comportarse: la creatividad no se da por decreto (Bustamante, 2015).

Casi cualquier crisis puede solucionarse si tenemos un proceso continuo de innovación; una nueva forma de hacer las cosas, de entender los problemas, de resolverlos y de enfrentar las oportunidades que se nos presentan (p. 5).

Necesitamos ideas y procesos innovadores, que nos permita mejorar nuestros productos, costos, distribución y atención a los consumidores ya que eso es lo que nos transformará en mejores empresas. Esto solo será posible a través de la innovación y la creatividad (p. 6).

Al final, es posible por parte de todos el generar ideas creativas. Solo es cuestión de actitud y de alimentar a nuestra mente con información y conocimientos y que puedan tener como resultado la generación de un producto creativo.

2.1.3. Producto creativo

Una vez definida la clave personal y actitudinal de la personalidad creativa, es fundamental tratar y analizar el producto creativo como desembocadura y desencadenante de lo tratado en el punto anterior. Según Ojeda (2008), se engloba dentro del concepto producto creativo a aquellos bienes, servicios, objetos, ideas, conocimientos, descubrimientos y soluciones que se conforman de manera diferente a lo demás y se disponen como el producto tangible de lo creativo.

Debido a la abstracción y a la falta de consenso que existe en torno a la creatividad, es complejo en muchas ocasiones distinguir un producto creativo de otro que no lo es. Para ello, y como guía orientativa (Sátiro, 2001), podemos concretar una serie de rasgos para diferenciarlos:

- Novedad en comparación con otros productos valorando la frecuencia estadística.
- Grado de superación de dificultades y resolución eficaz de problemas.
- Dotar de sencillez a un proceso o mecanismo.
- Proporciona, a su vez, nuevas ideas para nuevos campos.
- Grado de solución y cambio a la realidad a la que afecta.

Como clave relacional de lo comentado en este epígrafe, podemos atender a lo aportado por Ojeda (2008) en relación a la vinculación entre el proceso creativo, la obra creativa y el condicionamiento del contexto social:

La obra creativa es el resultado final del proceso creativo del artista, contiene rasgos novedosos, inusuales, infrecuentes, únicos, alude a nuevas configuraciones de ideas, imágenes, conceptos y sensaciones. Las obras creativas permiten una nueva visión de la realidad compleja, resultado de la abstracción y de la significación simbólica, y son eficaces en cuanto a la solución de los problemas, puesto que ensanchan el horizonte de lo conocido. Integran la técnica y el discurso para comunicar y provocar emoción, reflexión y diálogo de una forma intensa y eficiente. Se encuentra vinculada fuertemente con el contexto social del que surge (p. 4).

Si seguimos un paso más allá, y entramos en la dimensión de la valoración o juicio de la consideración o no de que algo sea creativo, Sátiro (2001), aporta una reflexión de cara a abordar y determinar qué hay de creativo en un producto determinado.

Es importante, en primer lugar, hacer una lectura en relación a lo que puede pretender el autor; esto es fundamental para entender el producto creativo y, por lo tanto, para entender su dimensión creativa. Por otro lado, el condicionamiento social juega un papel de gran influencia en las primeras respuestas intuitivas de cada persona, lo cual hace que la consideración creativa caiga en la impersonalidad de un diálogo común. Y finalmente, es fundamental que la base de cualquier producto y proceso creativo sea la autocrítica y la relación ensayo y error para dar forma precisa y coherente a cualquier idea. En la medida que el producto se ajuste a lo tratado en el presente punto, gozará de mayor cabida dentro de lo concebido como producto creativo.

2.1.4. Pensamiento lateral

Una vez definidas las claves personales para el desarrollo creativo, vamos a centrar el foco de estudio en la clave de pensamiento que subyace bajo todo proceso

creativo, que es el pensamiento lateral (De Bono, 1999). Para entender el pensamiento lateral, por lo tanto, es fundamental realizar una comparativa con la estructura de pensamiento convencional, que es el pensamiento vertical, aquel que sigue los derroteros de la lógica y lo selectivo.

Por un lado, tenemos el pensamiento vertical, que es el pensamiento convencional y predominante en la mayoría de personas. Este pensamiento se caracteriza por ser selectivo e implícitamente excluyente, es decir, por procesar ideas concatenadas siguiendo la corrección lógica de buscar la ventaja y el valor añadido de la idea predominante o resolutive. Actúa en el caso de que haya viabilidad o salida posible a la situación sin crear una propia, deja entrever soluciones durante el proceso dentro de una única vertiente o línea conceptual y su principal cometido es poner de manifiesto una resolución experimental concreta, todo ello, bajo una corriente reflexiva y operativa lineal (De Bono, 1999).

Una vez realizado este primer análisis del pensamiento vertical, vamos a ir concretando los diferentes rasgos de pensamiento que acompañan al proceso creativo a través del pensamiento lateral. Esta segunda corriente de pensamiento se caracteriza por ser creadora, buscadora y rastreadora en mayor medida que selectiva, constructora de nuevos caminos de dirección en el proceso, buscadora de nuevos enfoques y puntos de vista de una misma cuestión, tendente al cambio y a la reestructuración y reorientación del posicionamiento conceptual y, finalmente, genera cambios en las ideas que se conforman como pilares del proceso más allá de la resolución eficiente de la misma (De Bono, 1999).

Por lo tanto, lo que permite el pensamiento lateral en relación al ámbito creativo, es el hecho de fomentar una forma de pensamiento que no es un fin que converge en sí mismo, sino un medio que permite un replanteamiento conceptual con mayor margen para el movimiento, el cambio y la posibilidad de una novedad desde una disposición provocativa hacia lo que se va a investigar y trabajar. El hecho de fundamentar la creatividad en el pensamiento lateral, no excluye la importancia de dar una continuidad lógica, desde el pensamiento lateral, a aquellas ideas o productos originados (no precisa para ello un orden lineal de procesos).

Complementariamente a lo descrito, debido a la posibilidad del pensamiento lateral de construir nuevos caminos y nuevas vías de trazar el desarrollo, la respuesta y la resolución al proceso pueden tener un sentido lógico desde varios puntos, pudiendo

encontrar tareas y actividades incorrectas sin que esto impida llegar a una conclusión correcta, algo que dota de mayor flexibilidad y posibilidades al proceso. Esta idea, permite dar relevancia e importancia a aquellas informaciones y procesos que son ajenos al tema, pero que pueden conformar un marco contextual o matizar aspectos e información de la temática central, de tal manera que no se perpetúe un modelo original.

Esto permite aportar al ámbito de la educación una mayor amplitud de categorías y etiquetas móviles que enriquezcan el proceso, siguiendo líneas de desarrollo poco evidentes y menos obvias. A pesar de la reducción de garantías de llegar a una nueva solución, aumenta exponencialmente la posibilidad de llegar a una solución más óptima a través de reencauzar los modelos establecidos e imperantes. Como transición entre problemas y como parte de la presente investigación, podemos fijar como punto de partida aquellas situaciones en las que el pensamiento lateral deja soluciones inacabadas, para dar cabida a un intento de modelo que permita la disgregación de modelos y la reestructuración del marco de ideas que conforman una temática.

2.2. COMPETENCIA EMPRENDEDORA

Una vez definida y desarrollada la competencia creativa, vamos a proceder, a continuación a adentrarnos, dentro del concepto de competencia emprendedora, en la dimensión conceptual de la iniciativa emprendedora, las claves del pensamiento estratégico y el valor añadido como factor diferenciado de cara a operar en un mercado o en un sector de actividad concreto. Diferenciamos esta competencia de la intraemprendedora, en el sentido de que la presente se encuentra orientada en mayor medida al acto de implantar una empresa dentro de un mercado específico, mientras que la intraemprendedora se concentra en aquellas claves relacionadas con factores como la comunicación, persuasión y liderazgo personales en cualquier espacio laboral, sin necesidad de hacer referencia directa al acto de iniciar un proyecto empresarial.

2.2.1. Iniciativa emprendedora

Durante el último siglo, los grandes cambios y avances sociales, culturales, comunicativos y tecnológicos hacen que las figuras personales y jurídicas se enfrenten a un entorno y a un marco contextual, en clave de globalización gubernamental, organizacional, administrativo y mercantil, necesitado de respuestas constantes para satisfacer las necesidades propias de cada presente.

Estos cambios constantes, percibidos en muchas ocasiones como una amenaza continua, son, por el contrario y desde el punto de vista de la iniciativa emprendedora, un cúmulo de nuevas oportunidades que debemos ser capaz de asumir y de abordar para seguir una dinámica positiva de crecimiento. En esta línea, Rodríguez (2011), afirma que la dimensión de la iniciativa emprendedora trae consigo la responsabilidad de crear ideas originales como un reflejo de permanente actividad creativa, dotando de forma a esas ideas mediante proyectos estructurados y con sentido, siendo capaz de dar operatividad a esos proyectos para que no se queden anclados en meros documentos formales, buscando activamente los recursos y los agentes necesarios para dar vida al proyecto y, sobre todo, trascendiendo la fijación funcional de la comodidad en la asunción de riesgos que permitan un crecimiento del campo de estudio trabajado.

Dentro de un marco económico, psicológico, conductual y social con constantes fluctuaciones, la aportación de Rodríguez (2011) deja una aproximación a algunos de los rasgos óptimos que acompañan al concepto de iniciativa emprendedora y que son:

- Valoración, confianza y delegación de responsabilidades en la figura de otros agentes cuando sea necesario.
- Trabajar colaborativamente y hacer una gestión y un aprovechamiento a fondo de las sinergias, permite maximizar sustancialmente las posibilidades y oportunidades de aprendizaje.
- Derivada de la idea de buscar “El Elemento” de Ken Robinson (2006), es fundamental que el líder fomente que cada activo humano del proyecto emprendido pueda descubrir, en su máximo potencial, la mejor versión de sí mismo con el fin de dar una mejor retroalimentación al propio proyecto.
- Asumir un riesgo, sin caer en ideas utópicas. Es necesario encontrar este equilibrio de proyecto para que el crecimiento y lo apostado por el mismo, logren dotar de crecimiento y prosperidad al proceso.
- Huir de todo lo relacionado con comodidad, fijación operativa, procesos estratégicos mecanizados o zona de confort que pueda sumir a la organización en la involución o en la obsolescencia.

La sociedad de la que tomamos parte, ha sido evolutivamente moldeada por multitud de emprendedores asociados a múltiples disciplinas. Estos emprendedores se constituyen como parte de un contexto social en el que influyen e inciden de forma notoria la idiosincrasia de cada estructura, el desarrollo tecnológico, las expectativas humanas y la búsqueda de un hueco en un mercado laboral carente de oportunidades. Todos estos factores se conectan a través de una estrecha interconexión posibilitada por el pensamiento estratégico, proceso que trataremos a continuación.

2.2.2. Pensamiento estratégico

Una de las claves fundamentales para mantener viva la llama de la iniciativa emprendedora, es saber situar un planteamiento concreto frente a un mercado, reto, o desafío concreto. Esto se recoge en lo que denominamos pensamiento estratégico, y que atendiendo a lo aportado por la plataforma DeConceptos (2011), “es aquel que se plantea un fin, analiza los medios con los que cuenta para llegar a él, los dispone de tal modo que faciliten su alcance de la mejor manera posible y con el menor coste temporal, personal y material que traiga consigo el máximo beneficio”.

La gran virtud de este pensamiento, en relación a lo aportado por Krell (2008), es la capacidad y la competencia para reorganizar medios dispuestos a adaptarse a los cambios sociales. Este proceso, por lo tanto, trae consigo un gran trabajo de la dimensión cognitiva, intuitiva, observacional, imaginativa y, de cara a grupos de trabajo, motivacional y argumentativa. Como contexto de todos estos rasgos, es fundamental destacar la importancia de la capacidad analítica como parte de un planteamiento que trasciende a la propia persona, en aras de la consecución del fin ideal bajo el que subyacen objetivos reales. Algunas claves del pensamiento estratégico propio de la iniciativa emprendedora son:

- Describir y detallar un planteamiento de situación presente, pasada y situación futura así como los hitos necesarios para gestionar el desarrollo y el movimiento estratégico.
- Visualizar un estado futuro e ir hilando desde la construcción presente su obtención.
- Reformular el futuro con retrospectiva para motivar que lo creativo tenga origen y se produzca.
- Es importante ordenar los conocimientos y los recursos para que el plano reflexivo converja en un plan operativo.

- Concretar los propósitos objetivo como una nueva oferta, frente a otros agentes que buscan lograr los mismos objetivos.

2.2.3. Diferenciación y valor añadido

Como hemos ido viendo a lo largo de los epígrafes anteriores (Ardoy et al., 2010), todos los autores concretan la figura del emprendedor como un agente innovador, flexible, lleno de dinamismo, dispuesto a asumir riesgos y creativo con el fin de optar a un valor diferenciado o añadido respecto a un valor actual en comparación con sus competidores.

Dentro de este proceso mencionado, es fundamental trabajar la identificación de las oportunidades de innovación y actuación transformadora en clave operativa. En la medida que se logre generar este contexto diferencial, la producción de un nuevo valor o éxito crecerá exponencialmente.

Por lo tanto, y atendiendo a lo aportado por Martínez (2015), el valor añadido se centra en “un conjunto de características o valores adicionales al producto o servicio que el cliente compra, que hacen que el producto o servicio sea más atractivo por una mejor relación precio-valor y, por tanto, más difícil de igualar por sus competidores”. En la medida que la educación se personalice en lograr el talento de cada persona, será más fácil optimizar el valor creativo añadido que puede aportar cada sujeto.

Por otro lado, y haciendo referencia a la contribución de Chévez (2013), es fundamental plantearse la clave diferenciadora desde la cuestión ¿qué me hace único? En estrecha relación con el párrafo anterior, podemos afirmar que la diferenciación es el factor más retador que se puede plantear en relación a la innovación emprendedora. Vivimos plenamente influenciados por multitud de ideas paradigmáticas que nos invitan en masa a lo mismo, por lo que los pequeños detalles vinculados a la representatividad, lo original y lo inimitable, lo asequible y lo rentable, van a configurar el broche final y la conclusión última de lo parcialmente pretendido en la disciplina emprendedora.

2.3. COMPETENCIA INTRAEMPREDEDORA

Una vez definidas y desarrolladas las claves de la competencia emprendedora, vamos a trascender la propia dimensión vinculada a la creación de organizaciones, para hacer un análisis de la personificación de la actitud emprendedora.

Una buena definición de la competencia intraemprededora (Rodríguez, 2011) que nos acerque de forma paralela a la actitud emprendedora es “la persona que lleva a cabo una función de coordinación y combinación de diferentes factores con el fin de maximizar el beneficio”. En esta competencia, se pone el énfasis en los rasgos psicológicos, conductuales y sociales que engloban a la persona. Siguiendo esta línea, la aproximación al término más concreta en relación al campo de estudio de la presente investigación lo aporta Richard Branson y lo refuerza Muñoz (2013), y establece que la competencia intraemprededora “se encarga de la innovación, de encontrar formas diferentes de resolver áreas de oportunidad y de llevar los proyectos nuevos y complejos dentro de una organización”.

Algunos rasgos de esta competencia intraemprededora son, según Muñoz (2013), los siguientes:

- Derribar las distancias de lo sumiso y sentirse parte activa y propietaria del proyecto o proceso trabajado.
- Se busca alcanzar la libertad y la autonomía de gestión como un proceso que se autoabastece y se mantiene en constante búsqueda.
- La meritocracia y la adhocracia, como estructuras de optimización y flexibilidad para el surgimiento de actitudes y aptitudes emprendedoras que, a su vez, ponga en marcha las virtudes y los talentos ocultos de cada uno.
- La tolerancia al error, como base fundante de un modelo definido por el ensayo y error. El error es necesario y ayuda a tomar una iniciativa de subsanación y de progreso.
- Conciliación de las creencias operativas, como tendencias naturales que configuren a la persona como un sujeto con iniciativa en lugar de reactivo.
- Reforzar un proyecto trae implícito el refuerzo de la condición personal.

Una vez establecidas las bases diferenciadoras de la competencia intraempresarial en relación a la competencia empresarial, y revisados y analizados los rasgos imperantes, vamos a continuar indagando en los diferentes rasgos que competen a la persona en el desarrollo de la presente habilidad, como pueden ser la comunicación, la resolución de diferentes tipos de conflictos y el liderazgo.

2.3.1. Comunicación y persuasión, claves para el desempeño grupal y en sociedad

La persuasión es una clave comunicativa fundamental para transformar ideas, creencias, actitudes y, en la mejor de las situaciones, conductas. Podemos afirmar que estamos rodeados de mensajes y símbolos persuasivos. Las técnicas de persuasión, atendiendo a lo aportado por Figueras (2013), se dividen en dos grupos: las racionales y las emocionales. Algunas técnicas racionales serían la argumentación, la lógica y la retórica; por otro lado, algunas técnicas emocionales serían la fe, la imaginación y la ilusión.

Para lograr persuadir, es necesario fijar un objetivo que sea asequible y determinar cómo se quiere contar el mensaje fundamental a través de un proceso comunicativo. Eso significa planificar los argumentos ofreciendo una perspectiva que el emisor puede no haber tenido en cuenta hasta el momento. Por ello, los buenos persuasores buscan siempre un resultado final en el que los dos ganen, y en la que la interacción permita las sinergias como un máximo exponente de aprendizaje fruto de la conjunción de ambos sujetos (Figueras, 2013).

Un mensaje efectivo es aquel que transmite eficazmente un contenido, previa planificación a través de una intención comunicativa. Es fundamental lograr la armonía de las tres piezas claves en la comunicación (Figueras, 2013): el mensaje verbal, el mensaje no verbal y las emociones que se ponen en juego. El mensaje verbal recoge “lo que debería decir, lo que quería decir, lo que creía haber dicho, lo que se ha callado, lo que realmente dije, lo que el otro escuchó, lo que entendió, lo que pensó que yo quería decir y lo que estaba esperando que dijera” (p. 3).

Finalmente, para persuadir con el mensaje no verbal, es decir, mediante el tono, la postura, los gestos, la expresión, la mirada... éste tiene que guardar cohesión y coherencia con el contenido del mensaje a comunicar, puesto que en muchas ocasiones es más fidedigna la comunicación no verbal que la verbal. La clave de una buena persuasión, permite clarificar situaciones de conflicto con mayor clarividencia, y dotar

de mayor agilidad al proceso y a la competencia de resolución de problemas que vamos a desarrollar en el siguiente epígrafe.

2.3.2. Resolución de problemas

La competencia de resolución de problemas (Newell, 1972), tiene como objetivo potenciar habilidades y capacidades humanas para dar fondo de actuación al aprendizaje, a la comprensión, a la aplicación de los conocimientos y la dotación de autosuficiencia y autonomía a la evolución formativa. Como prolegómeno del liderazgo que trataremos en el siguiente epígrafe, podemos destacar su importante contribución al trabajo cooperativo y colaborativo, así como al desarrollo creativo y al crecimiento analítico.

Es importante, en el presente estudio, aminorar la concepción negativa del concepto problema (Simon, 1972) y plantear los mismos como situaciones nuevas que requieren comportamientos, actitudes y aptitudes nuevas. Esto, por lo tanto, implica razonamientos que trascienden y superan la rutina y la fijación de lo funcional (Glaser, 1983).

Orientando el concepto a la presente investigación, la capacidad de resolución de problemas (Heller, 1992), se centra en la eficacia para dotar de solución a diferentes problemas, dando inmediatez a la iniciativa de acciones correctoras. Como parte del proceso de resolución, toman especial relevancia la definición clara del problema, la búsqueda activa y constante de alternativas de resolución, la valoración comparativa y, finalmente, la toma de decisiones.

Finalmente, y englobado dentro del marco de lo mencionando en el punto, es fundamental acercar los hitos lineales que permitan dotar de practicidad a este procedimiento en el ámbito académico. Se habla, entonces (Keith, 1992), de una iniciativa descriptiva de la realidad, de la organización estructurada de la información captada, del análisis de los elementos constituyentes y su dimensión, de la viabilidad estratégica, de los procesos de razonamiento, del contraste de soluciones y de la eficacia de los estándares preestablecidos

2.3.3. Autonomía, liderazgo e innovación como valor añadido

Para finalizar el desarrollo y el análisis de la competencia intraempresarial, vamos a definir la postura conceptual, en el marco de la iniciativa emprendedora, de los

términos liderazgo, autonomía e innovación. Sentar la base de estos conceptos es el soporte que guía el desarrollo de los objetivos.

Por un lado, liderar no es exclusivamente estar a la cabeza de un grupo o ser únicamente figuras visibles; liderar (Muñoz, 2013), es ser la referencia de un grupo humano y dejar huella en cada una de las partes implicadas en el proyecto. Dar personalidad, por tanto, al liderazgo, pasa por dar vida a un estilo de liderazgo humanista, un liderazgo a prueba de error y perfeccionamiento, una opción firme por seguir constantemente aprendiendo y dando rienda suelta a la base empírica y a las nuevas experiencias que se constituyen como la solidez fundante del desarrollo colectivo y colaborativo.

Como principio del liderazgo en la persona, la autonomía como capacidad según López y Cols (2004) es:

“El conjunto de habilidades que cada persona tiene para hacer sus propias elecciones, tomar sus decisiones y responsabilizarse de las consecuencias de las mismas. La autonomía se aprende, se adquiere mediante su ejercicio, mediante el aprendizaje que proviene de uno mismo y de la interacción social. Se trata, así pues, de un ejercicio directo de las propias personas y desde su propio control” (p. 1).

Finalmente, y según lo referido por Aguilera (2012), la innovación pasa por una mejora en el modelo operativo de una organización o grupo de personas. Esta se potencia a través de cambios productivos, tecnológicos y de planificación, a través de una propuesta que trae consigo una idea clara y concisa cuyo fin es dotar al proceso de una mejor funcionalidad, posición y habilidades resolutivas o nuevos elementos.

2.4. RELACIÓN ENTRE CREATIVIDAD Y COMPETENCIA EMPRENDEDORA E INTRAEMPREDORA EN LA EDUCACIÓN

Una vez definidos los pilares básicos que dan contexto teórico al presente trabajo, vamos a estudiar la interrelación que existen entre ellos en clave y en lenguaje educativo, que es el fin último al que va destinado la investigación. Para hacer esta vinculación entre conceptos, vamos a tratar tres puntos fundamentales para dar paso al

posterior marco práctico: en primer lugar, el proceso creativo y las fases necesarias para el reencuadre del paradigma pedagógico; en segundo lugar, el contexto creativo como el ambiente que gesta las circunstancias óptimas para el aprendizaje creativo y, finalmente, la enseñanza creativa como fundamento para el desarrollo metacognitivo en una clave actitudinal transformadora y con iniciativa.

2.4.1. El contexto creativo en la enseñanza de la competencia emprendedora e intraemprendedora

Planteando este último análisis del marco teórico de una manera deductiva, es fundamental, hacer referencia a aquellos factores contextuales que influyen en el proceso y la enseñanza creativa (Navarro, 2008), adoptando un papel muy importante en el que se determina que el desarrollo de las aptitudes creativas se fundamente en un ambiente que no fuerza la voluntad.

El contexto educativo-creativo (Martínez, 2005) dentro del centro y del aula, por lo tanto, debe disponerse de tal forma que permita la estimulación y el desarrollo de competencias como la comunicación (verbal, no verbal y emocional), la iniciativa, la curiosidad, el meta-análisis situacional, el espíritu crítico y comparativo, el esfuerzo por dar operatividad a las ideas y la formulación de planteamientos y cuestiones en torno a las diferentes unidades didácticas trabajadas.

2.4.2. El proceso creativo en la enseñanza de la competencia emprendedora e intraemprendedora

Dentro del contexto global, se define un proceso marcado por un desarrollo espacio-temporal y unos hitos de referencia que se conforman como los ejes y las bisagras que vertebran el proceso educativo-creativo. Lo recogido en Navarro (2008) y Prado (2001), nos permite enunciar una primera fase de planificación y preparación del planteamiento del problema y la recogida y el tratamiento de datos. La segunda fase, consiste en la gestación y comprensión general y concreta de la problemática a tratar. Continuando este segundo paso, encontramos la tercera etapa de iluminación, en la que se empieza a proyectar y a vislumbrar el abanico de posibles soluciones. Finalmente, la cuarta etapa de verificación permite dar veracidad, rigor y contenido formal a la solución elegida.

Zaiter , Ridao y Robinson (2004), en alusión a De Bono (1999), defienden en relación al proceso creativo, que la importancia de la actividad metacognitiva se

conforma y se nutre a partir del pensamiento divergente, el cual permite la disposición de un gran abanico de soluciones para una problemática concreta dentro de las sesiones de aula desarrolladas y programadas. Este pensamiento lateral se apoya en la necesidad de un proceso fluido, para dar cabida a un gran cúmulo de ideas, flexibilidad en relación a abordar los diferentes prismas de un problema, originalidad como solución de contraste ante lo paradigmático y cuidadosa elaboración. Una vez abordada la dinámica del proceso creativo, podemos analizar y enfocar de forma directa la enseñanza creativa.

2.4.3. La enseñanza creativa de la competencia emprendedora e intraemprendedora

Conforme con lo desarrollado en el despliegue teórico del trabajo, podemos concluir (Torrance, 1969) que la enseñanza creativa asume, para su desarrollo, la adquisición de un entramado de técnicas y estrategias que favorecen el pensamiento creativo en contexto creativo, con el fin de potenciar la ocurrencia de soluciones y alternativas a partir de los diferentes prismas, experiencias y conocimientos de cada sujeto. En definitiva, potenciar el desarrollo de la capacidad resolutive del alumno, de aportación de valor añadido a procesos, ideas y productos y, finalmente, la mejora de la capacidad del trabajo en grupo como un factor que permite maximizar exponencialmente el aprendizaje colaborativo.

La labor de de las instituciones educativas (Navarro, 2008), por tanto, se centra en potenciar un modelo pedagógico que ponga especial énfasis en la flexibilidad de planteamientos y actividades educativas, favorezca la cohesión de la comunidad educativa como núcleo de relaciones en cuyas sinergias se puede gestar lo creativo e innovador, arraigue una experiencia auténtica de aprendizaje en el alumno por medio de intensos contrastes con el mundo laboral, aproveche las posibilidades de las nuevas tecnologías como un lenguaje que nos acerca a la innovación y amplía las posibilidades creativas y, finalmente, dar vida a todo lo expuesto en el párrafo por medio de metodologías indirectas que cuestionan y permiten al alumnos elaborar construcciones deductivas o inductivas.

3. Marco práctico

Una vez realizado el marco teórico, se va a proceder a presentar el desarrollo del marco práctico de la presente propuesta de intervención. En este marco práctico, desarrollaremos un análisis de la situación educativa sobre la que gira la presente investigación, definiremos las hipótesis a trabajar en el estudio, los objetivos a cumplir con el análisis y la base metodológica que subyace bajo la propuesta de actividades que fundamentan el proyecto de fin de máster. Vamos a iniciar, por tanto, el análisis de la situación educativa presente atendiendo a la muestra seleccionada.

3.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EDUCATIVA

Para llevar a cabo el análisis de situación inicial del grupo de alumnos que serán objeto de estudio (20 alumnos de un centro concertado de Palencia, todos los alumnos que cursan la materia objeto de estudio), se realizará una encuesta de 20 preguntas que pone en relación a la creatividad con el sistema educativo, el proceso, la estrategia y la enseñanza educativa. Al mismo tiempo, y para complementar este análisis, elaboraremos una encuesta a tres docentes, uno de ellos el docente encargado de impartir la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial de 4 de Educación Secundaria Obligatoria, y otros dos del departamento de ciencias sociales encargados de impartir las materias de Economía y Economía de la Empresa en Bachillerato. A continuación, vamos a ir detallando los diferentes resultados de la investigación obtenidos y clasificados con la herramienta Google Forms, así como la interpretación de los mismos.

Cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora en un centro concertado de Palencia.

La encuesta fue diseñada el día 7 de Junio de 2016, y fue realizada por los alumnos y analizada a lo largo de ese mismo día.

Ilustración 1: Cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa emprendedora en un centro concertado de Palencia.



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Dentro de la encuesta, hemos seleccionado varios bloques de preguntas con el fin de concretar los objetivos de la misma y proporcionar mayor clarividencia a los datos obtenidos y a la interpretación de los mismos.

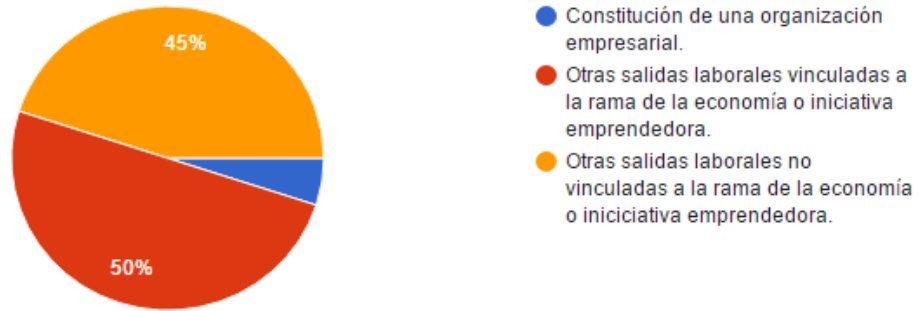
Bloque 1: El contexto creativo y el sistema educativo.

El primer bloque de preguntas están orientadas a conocer la opinión de los alumnos sobre su propia tendencia laboral y sobre la influencia de la creatividad en el sistema educativo, frente a la demanda de perfiles resolutivos, con capacidad para trabajar en grupo y aportar valor añadido en el proceso o producto en el que participen.

Ilustración 2: Pregunta 1 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P1 - Contemplando de forma general sus opciones de futuro, estas pasan principalmente por:

(20 respuestas)

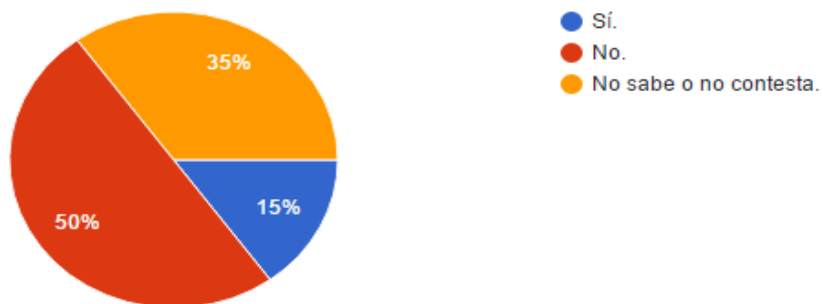


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 3: Pregunta 2 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P2 - Como parte activa y protagonista del proceso de aprendizaje, ¿está satisfecho con la disposición y la oferta del sistema educativo español actual?

(20 respuestas)

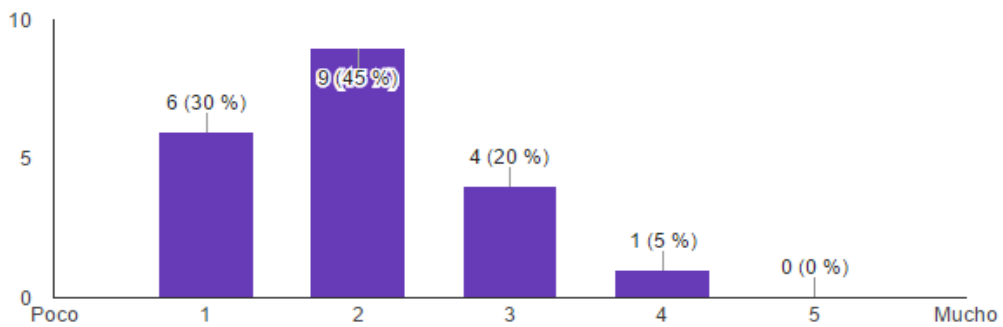


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 4: Pregunta 3 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P3 - En el marco laboral actual, una de las competencias más valoradas es la creatividad como eje fundamental para la resolución de problemas. ¿Contribuye el sistema educativo español actual a esta demanda del mercado laboral?

(20 respuestas)

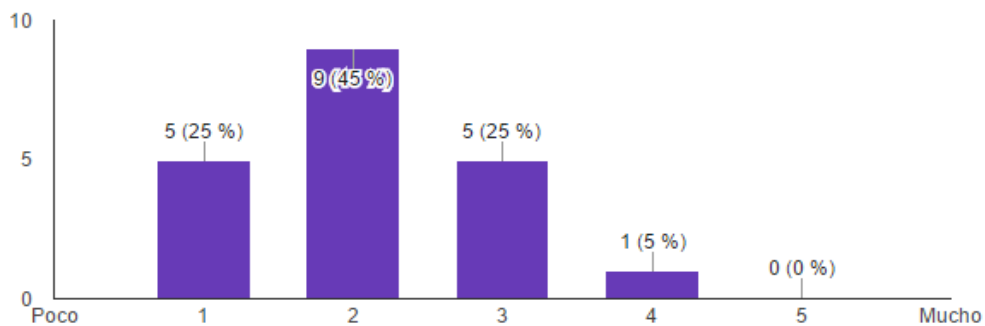


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 5: Pregunta 4 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P4 - En el marco laboral actual, una de las competencias más valoradas es la creatividad como eje fundamental para la aportación de valor añadido (a un producto, proceso o idea) ¿Contribuye el sistema educativo español actual a esta demanda del mercado laboral?

(20 respuestas)

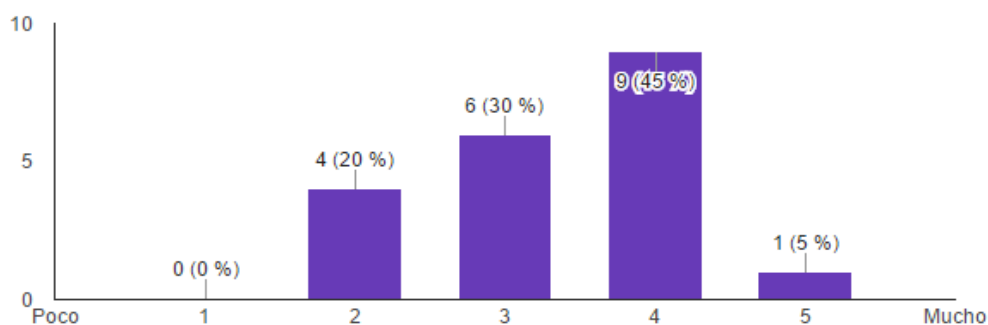


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 6: Pregunta 5 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P5 - En el marco laboral actual, una de las competencias más valoradas es la creatividad como eje fundamental para maximizar el desempeño grupal. ¿Contribuye el sistema educativo español actual a esta demanda del mercado laboral?

(20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Los resultados de este primer bloque, se concretan en un perfil de alumno cuya tendencia laboral se acerca a una salida profesional de la rama de economía (50%), seguido muy de cerca por un segundo grupo de alumnos cuya tendencia laboral se concreta en una salida profesional no vinculada a la rama de economía (45%). Solo un 5% de los encuestados manifiestan que entre sus planes de futuro, se abre una amplia posibilidad de constituir una organización propia. Estos datos, por lo tanto, determinan la relevancia de hacer lectura, como ya hicimos en el marco teórico, de la competencia intraempresarial más allá de la mera constitución o no de una empresa.

En segundo lugar, en relación a la satisfacción con el sistema educativo presente, la mitad de los encuestados (50%), afirma que no está satisfecho con el actual desempeño del sistema educativo (sistema de exámenes, horas lectivas, reválidas, evaluaciones...), seguido por un 35% de encuestados que no tienen una idea muy clara de si el actual sistema tiene o tendrá impacto positivo en los educandos. Finalmente, un 15% de los alumnos afirma que el sistema educativo actual cumple sus expectativas formativas.

Finalmente, atendiendo a la creatividad como fuente de la que nacen la capacidad resolutoria, de trabajo en grupo y de aportación de valor añadido, tenemos como resultados que el actual sistema educativo contribuye poco a la resolución de problemas (alegan que sigue habiendo elevados niveles crisis, parados, contaminación, corrupción, pobreza...), entre poco, algo y medianamente a dotar de valor añadido los espacios/productos en los que se participa y, por último, contribuye entre

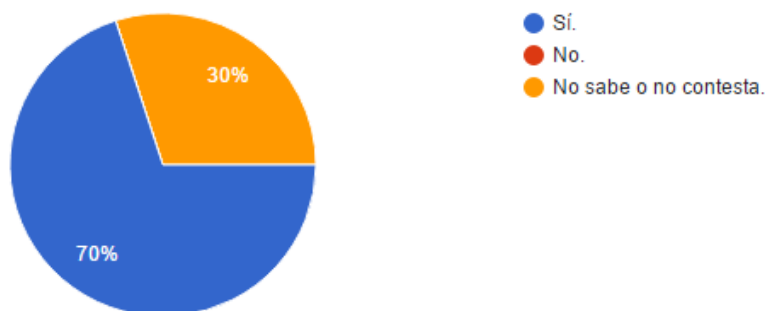
medianamente y bastante al trabajo grupal (influye mucho la política de aprendizaje cooperativo implantada en el centro, para los valores positivos de esta última en contraste con las dos primeras).

Bloque 2: El proceso creativo.

Ilustración 7: Pregunta 6 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P6 - ¿Considera que la resolución de problemas, la aportación de valor añadido y el desempeño grupal, desde la creatividad, son capacidades que se deben fomentar en el 4º curso de la etapa secundaria obligatoria?

(20 respuestas)

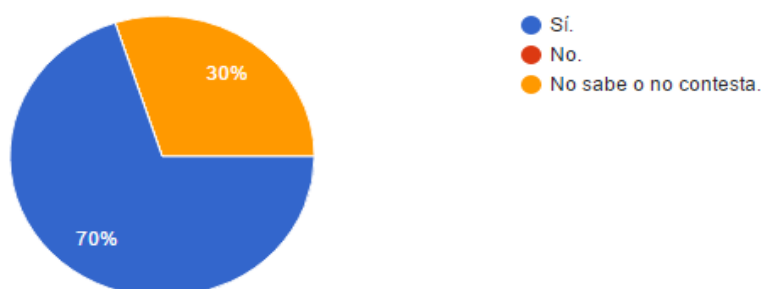


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 8: Pregunta 7 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P7 - ¿Considera que la resolución de problemas, la aportación de valor añadido y el desempeño grupal, desde la creatividad, son capacidades que se deben fomentar en la materia de Iniciativa Emprendedora del 4º curso de la etapa secundaria obligatoria?

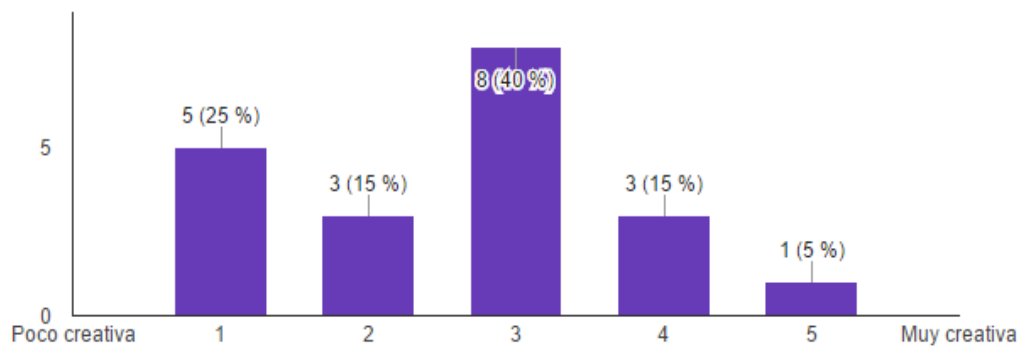
(20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 9: Pregunta 8 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

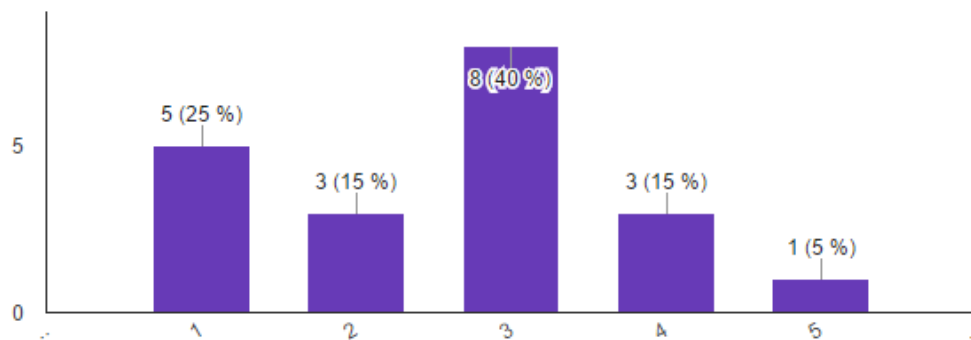
P8 - ¿Se considera usted una persona creativa? (20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 10: Pregunta 9 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P9 - ¿Se considera usted una persona resolutiva? (20 respuestas)

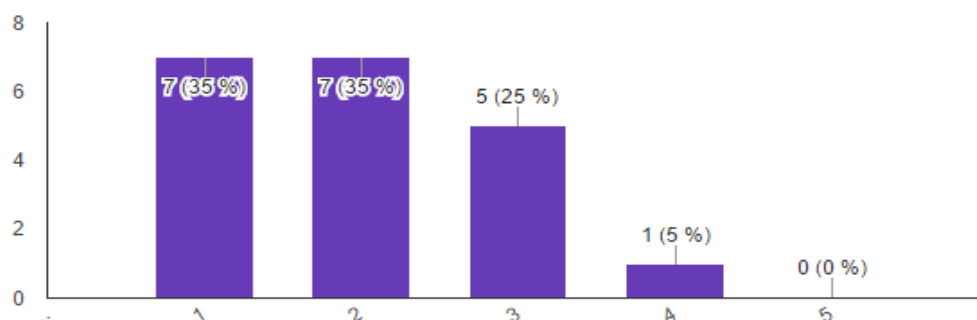


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 11: Pregunta 10 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P10 - ¿Se considera usted una persona que aporta valor añadido a los productos, procesos e ideas?

(20 respuestas)

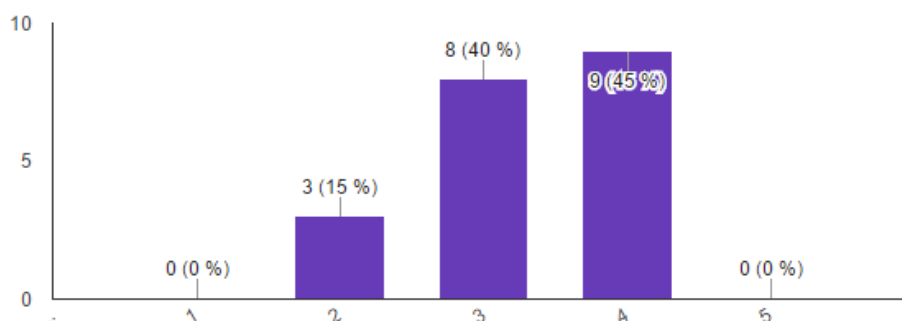


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 12: Pregunta 11 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P11 - ¿Se considera usted una persona capaz de trabajar en grupo de forma eficiente?

(20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Los resultados de este segundo bloque, centrado en el proceso creativo y el histórico de competencias desarrolladas y potenciales, afirman que el 70% conciben como fundamental fomentar el proceso creativo en el último curso de la etapa obligatoria para el desarrollo de competencias resolutivas, de trabajo en grupo y de aportación de valor añadido. Los mismos datos, se obtienen para la materia Iniciativa emprendedora (70%), donde aprecian que la materia aporta mayores posibilidades que otras para su desarrollo.

En segundo lugar, atendiendo a su capacidades actuales, el perfil de alumnos estudiados se aprecian a ellos mismos como medianamente resolutivos (40%) en su

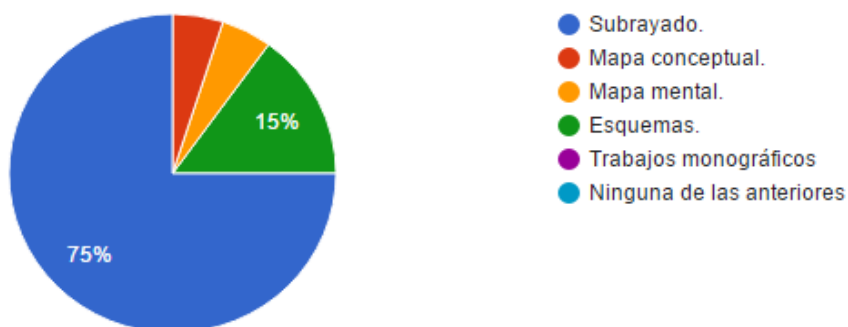
mayoría (siendo el otro 60% repartido entre poco y bastante resolutivo a partes iguales), entre poco y algo capacitados para dotar valor añadido (70%), a lo que añaden que “todo está creado” y, finalmente y justificado por su proyecto de aprendizaje cooperativo, se consideran entre medianamente y bastante capacitados para el trabajo en grupo (85%).

Bloque 3: La enseñanza creativa.

En tercer lugar, vamos a analizar el bloque de preguntas correspondientes a la enseñanza creativa. En este apartado, se incluyen cuestiones relativas a las estrategias y actividades de aprendizaje utilizadas frecuentemente por los alumnos, mostrando cuáles de las técnicas creativas conocen, en qué medida los centros las aplican y han participado de ellas y, finalmente, la utilidad real percibida de las prácticas creativas propuestas.

Ilustración 13: Pregunta 12 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P12 - ¿Cuáles de las siguientes estrategias de aprendizaje/actividades ha utilizado (o a participado de ellas) alguna vez en su proceso educativo?
(20 respuestas)

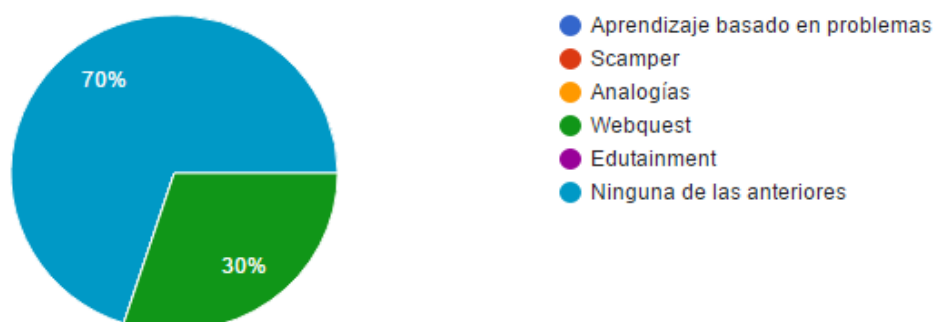


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 14: Pregunta 13 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P13 - ¿Cuáles de las siguientes estrategias de aprendizaje/actividades ha utilizado (o a participado de ellas) alguna vez en su proceso educativo?

(20 respuestas)

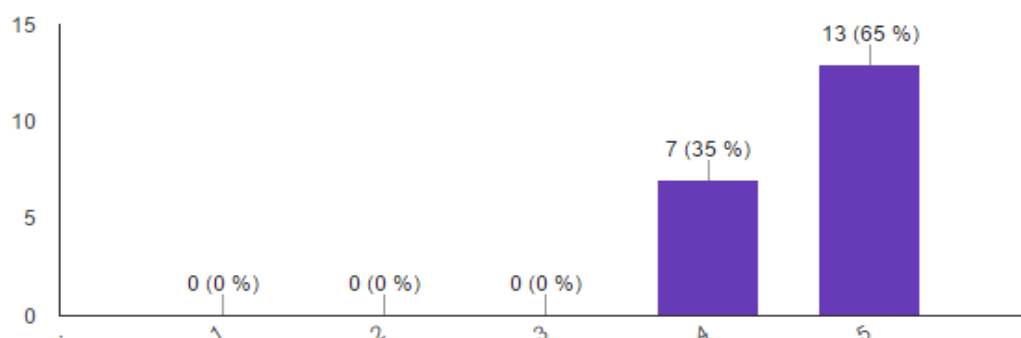


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 15: Pregunta 14 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P14 - ¿Con qué frecuencia hace uso de las estrategias marcadas en la pregunta 12 (P12)?

(20 respuestas)

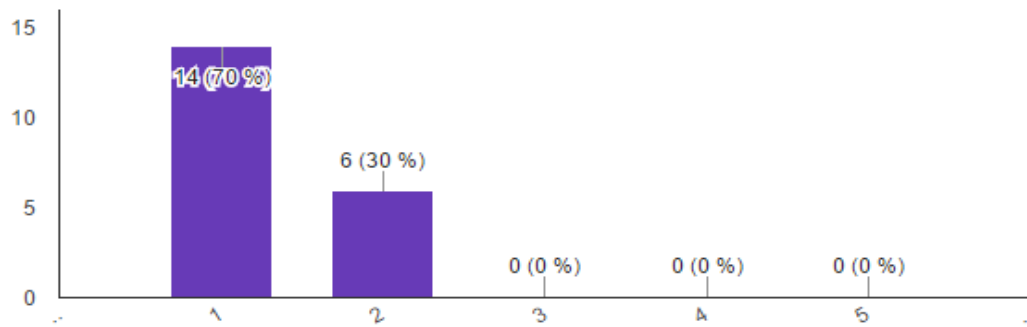


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 16: Pregunta 15 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P15 - ¿Con qué frecuencia hace uso de las estrategias marcadas en la pregunta 13 (P13)?

(20 respuestas)

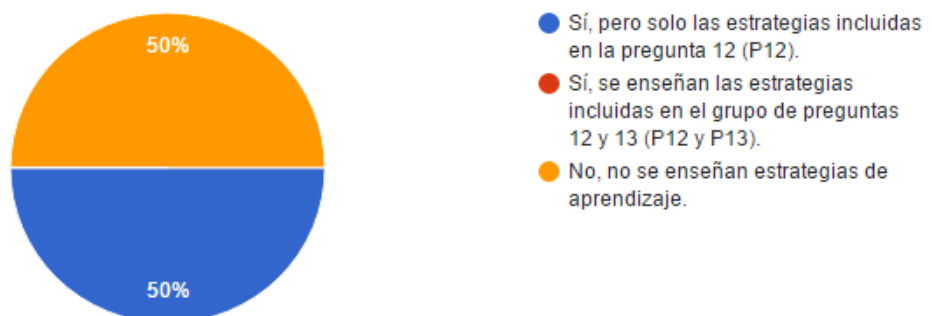


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 17: Pregunta 16 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P16 - ¿Cree que en los centros educativos se enseñan estrategias de aprendizaje a los educandos?

(20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 18: Pregunta 17 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P17 - ¿Cree que en su centro educativo se enseñan estrategias de aprendizaje a los educandos?

(20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 19: Pregunta 18 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P18 - ¿Cree que en la materia Iniciativa Emprendedora se enseñan estrategias de aprendizaje a los educandos?

(20 respuestas)

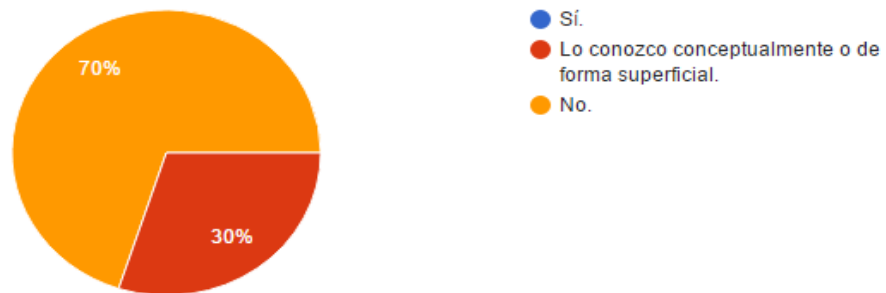


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 20: Pregunta 19 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia
Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P19 - ¿Tiene conocimiento sobre las estrategias de aprendizaje del grupo de preguntas 13 (P13)?

(20 respuestas)

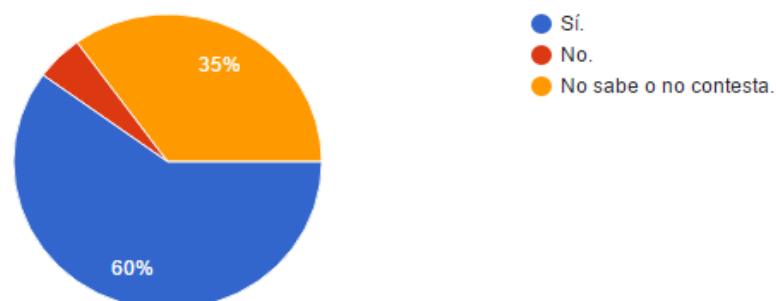


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 21: Pregunta 20 del cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia
Iniciativa Emprendedora (colegio concertado de Palencia).

P20 - En el caso de no conocer las estrategias del grupo de preguntas 13 (P13), dedique unos segundos a conocer qué pretende cada estrategia; una vez realizado... ¿considera que puede ser útil la enseñanza de estas estrategias de aprendizaje a los educandos? (orientado a estudios superiores o inmediatez laboral).

(20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Por último, los resultados de este bloque, muestran un predominio claro de la estrategia del subrayado del libro de texto para el estudio (75%), siendo complementada por esquemas, mapa conceptual y mapa mental en un 25% en su conjunto. Afirman, de forma complementaria, que el docente que imparte Iniciativa emprendedora les dice lo que tienen que subrayar, no como estrategia para aprender a seleccionar la información, sino como mero indicador de lo que va a preguntar y lo que no en la prueba de evaluación, sin dar unas pautas que sirviesen para el estudio general.

En relación al segundo bloque de estrategias, la mayoría del grupo no conocía ni había usado ninguna de ellas (70%), salvo un pequeño grupo (30%) que había hecho una WebQuest en la asignatura de Lengua y Literatura como trabajo de ampliación.

El reparto de frecuencias se concentra entre bastante y mucho en el primer grupo de estrategias (65%) y entre nada y algo (70%) para el segundo grupo. En el primer dato se concentran el hábito de subrayado ya mencionado por parte del docente, mientras que en el segundo grupo los datos muestran que solo el 30% ha utilizado única y exclusivamente (y por ello lo conoce) la WebQuest como herramienta creativa de aprendizaje.

En las siguientes tres cuestiones planteadas en las preguntas 16, 17 y 18, existe una opinión dividida en torno a la enseñanza de estrategias por parte de los centros (50%). Centrada la opinión que afirma esta enseñanza en el primer bloque de estrategias, se puede destacar que un 70% de los alumnos no conoce las del primer bloque, y que el 30% restante solo conoce conceptualmente y superficialmente la WebQuest. Como dato a desmarcar, existe una mayor unanimidad en relación a la no enseñanza de estrategias de aprendizaje (con sus respectivas actividades, que es el fin último del presente trabajo) en la materia de Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial (90%).

Finalmente, y como conclusión de la encuesta y las posibilidades de futuro del tema en cuestión, en opinión de los educandos después de conocer las estrategias planteadas, un 60% de los alumnos considera útil la aplicación y el conocimiento de estas estrategias, un 35% no tiene una opinión definida o se muestra escéptico por falta de conocimiento general a pesar de que no lo consideran una aportación negativa y, por último, un 5% está convencido de que el sistema educativo no necesita de estas nuevas prestaciones creativas para su desarrollo.

Entrevistas al docente titular que imparte la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O. y dos profesores del departamento de economía¹.

Entrevista 1

Una vez realizada la encuesta a los alumnos, vamos a proceder a conocer la opinión sobre el contexto educativo-creativo, el plan de acción del docente de la materia objeto de estudio y las posturas de otros profesores de la rama. Vamos a comenzar, en primer lugar, con el profesor encargado de impartir la materia de Iniciativa emprendedora y empresarial en el curso de 4º de Educación Secundaria Obligatoria.

Ilustración 22: Entrevista al docente titular de la materia Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial.



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 23: Pregunta 1 de la entrevista al docente titular de la materia Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial.

P1 - ¿Está satisfecho con el sistema educativo actual? ¿Qué aspecto/s cree usted que se deberían mejorar o potenciar?

(1 respuesta)

"No, no estoy satisfecho. Los alumnos crecen en un proceso educativo que cada vez les motiva menos y les aburre por completo. A veces la comodidad docente y los tiempos escasos hacen que la práctica tenga fisuras, pero ahí es donde entra nuestra labor de aprender a re-inventarnos exigiendo a los educandos el máximo esfuerzo posible. No es una tarea fácil, pero es nuestra misión, y los docentes somos responsables de ello".

"Creo que es fundamental lograr el equilibrio entre lo motivador y lo exigente, puesto que aquí reside la clave para lograr que la experiencia arraigue en los alumnos. En relación a mi materia, es importante que los alumnos recreen (en la mayor medida posible) un escenario de trabajo y una formación básica que, además de dar orden a la mente, permita a los alumnos conocer lo más básico de la economía cotidiana sin dar nada por supuesto".

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

¹ Por privacidad y por petición de los docentes, no se publicará su nombre en el presente trabajo. Han accedido a realizar la encuesta bajo esta condición, la cual se respetará.

Ilustración 24: Pregunta 2 de la entrevista al docente titular de la materia Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial.

P2 - ¿Cree usted que la creatividad es un aspecto fundamental en el contexto socio-laboral? ¿Por qué?

(1 respuesta)

No lo sé. Sí que es cierto que, haciendo balance social, muchos perfiles educativos no se ajustan a lo que la sociedad pide. Considero que una de las labores de la creatividad, como desarrollo de la capacidad resolutoria, es ajustar la mira formativa para lograr un mayor y mejor equilibrio.

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 25: Pregunta 3 de la entrevista al docente titular de la materia Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial.

P3 - Como educador, ¿cree usted que la creatividad es un aspecto fundamental en el contexto educativo? ¿Por qué? En caso de respuesta afirmativa, ¿se fomenta lo suficiente en el proceso de enseñanza-aprendizaje?

(1 respuesta)

"Creo que la creatividad está ganando mucha importancia y terreno educativo; reconozco que no sé enseñar a ser creativo, puesto que siempre lo he considerado como algo innato y natural de algunos alumnos.

"A pesar de esta primera consideración, soy consciente, tanto en la materia que imparto como en la de mis compañeros de departamento, que existen muchos alumnos ahogados ante la formalidad de lo funcional; sientes que piden más y no sabes cómo dar respuesta sin salirte de tus tiempos y de lo que te corresponde. Considero, por lo tanto, que es fundamental hacer revisión de lo creativo como expresión que permite crecer y ampliar las posibilidades del alumno respecto a su inmediatez laboral o estudios superiores".

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 26: Pregunta 4 de la entrevista al docente titular de la materia Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial.

P4 - ¿Se deberían tomar medidas o planes de acción en materia de creatividad dentro del contexto educativo? ¿De qué tipo?

(1 respuesta)

Es una solución y una propuesta más que viable. Actualmente hay muchos proyectos creativos que están teniendo mucho éxito dentro del colegio en los niveles inferiores. Quizás sea la hora de dar el salto a todo el proceso, y dar a los niveles superiores aliento para seguir creciendo. Conozco, de forma superficial, ciertas aplicaciones creativas, pero no sabría definirte algo concreto. Sería necesario iniciar un reciclaje en materia creativa para los profesores.

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 27: Pregunta 5 de la entrevista al docente titular de la materia Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial.

P5 - En su desempeño como docente, ¿potencia la creatividad de los alumnos? ¿Cómo lo hace?

(1 respuesta)

Mirando alrededor (contexto educativo y centro), la verdad es que mucho menos de lo posible (por no decir nada). Intento que la asignatura sea amena, facilito subrayados a los alumnos, apoyo alguna explicación con vídeo... pero nada. Soy consciente de que las posibilidades que ofrece la creatividad no han sido desarrolladas más de un 1%.

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 28: Pregunta 6 de la entrevista al docente titular de la materia Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial.

P6 - ¿Qué estrategias/actividades de aprendizaje para el desarrollo de la creatividad conoce?

(1 respuesta)

Más allá de lo puntualizado, no conozco estrategias ni actividades creativas en profundidad.

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 29: Pregunta 7 de la entrevista al docente titular de la materia Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial.

P7 - Dentro de su plan de carrera profesional, ¿ha recibido algún tipo de formación vinculada con la creatividad? ¿lo considera necesario? En caso de respuesta afirmativa, ¿de qué tipo?

(1 respuesta)

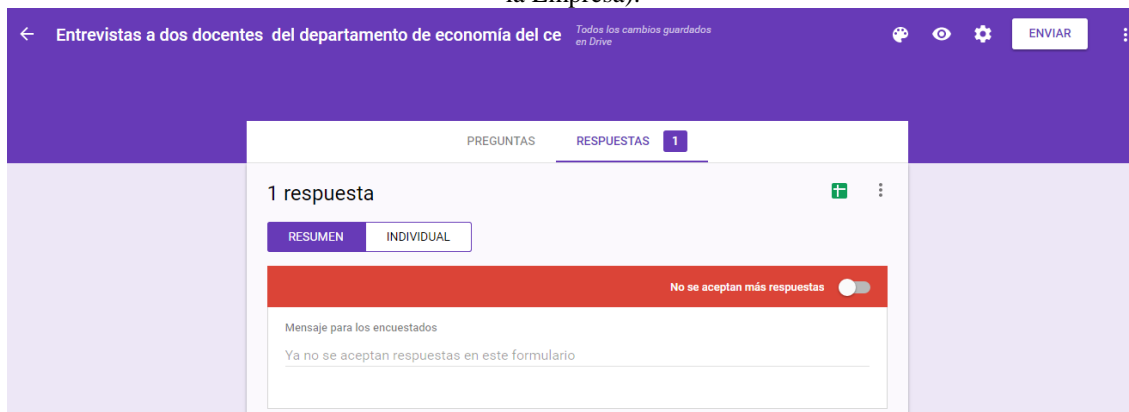
No. No tengo muy claro si este tipo de formación tiene que ser formal (cursos, ponencias) o simplemente hacer revisión crítica de esto en mi persona y en mi materia, y buscar opciones por mí mismo (aprender a aprender). En mi caso, reconozco que una formación de tipo formal por parte del centro, vendría muy bien (manejo de apps, cursos para desarrollo de actividades, etc.)

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Entrevista 2

Esta segunda entrevista, ha sido realizada de forma conjunta por los dos docentes del departamento de economía que imparten Economía de 1º de Bachillerato y Economía de la empresa. Realizándola al mismo tiempo, se pueden aprovechar las sinergias a la hora de opinar, hecho que enriquece la respuesta.

Ilustración 30: Entrevista a los docentes del departamento de economía (Economía de 1º y Economía de la Empresa).



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 31: Pregunta 1 de la entrevista a los docentes del departamento de economía (Economía de 1º y Economía de la Empresa).

P1 - ¿Está satisfecho con el sistema educativo actual? ¿Qué aspecto/s cree usted que se deberían mejorar o potenciar?

(1 respuesta)

Docente 1: No lo sé. Lejos de estar más o menos satisfecho, creo que la sociedad nos demanda nuevos cambios que aún no hemos dado, como puede ser dar un factor diferencial al alumno desde la creatividad.

Docente 2: No mucho. Creo que el margen de mejora es muy amplio, y la precariedad económico-laboral nos pide más intensidad en ciertos ámbitos de la persona.

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 32: Pregunta 2 de la entrevista a los docentes del departamento de economía (Economía de 1º y Economía de la Empresa).

P2 - ¿Cree usted que la creatividad es un aspecto fundamental en el contexto socio-laboral? ¿Por qué?

(1 respuesta)

Docente 1: Me mantengo un tanto escéptico en relación a si es o no fundamental; en todo caso, es un ámbito que puede traer grandes ventajas para la educación personalizada.

Docente 2: La sociedad laboral, además de buscar excelencia, buscar personalidad, y aquí la creatividad juega un papel imprescindible.

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 33: Pregunta 3 de la entrevista a los docentes del departamento de economía (Economía de 1º y Economía de la Empresa).

P3 - Como educador, ¿cree usted que la creatividad es un aspecto fundamental en el contexto educativo? ¿Por qué? En caso de respuesta afirmativa, ¿se fomenta lo suficiente en el proceso de enseñanza-aprendizaje?

(1 respuesta)

Docente 1: Considero que siempre ha sido importante, lo que pasa es que en los últimos años se ha hecho más explícito y se ha documentado más y mejor. Es un tema pendiente, en relación a acabar con las escuela funcional. Falta mucho por desarrollar por la escuela.

Docente 2: Es un aspecto fundamental y que hay que seguir de cerca. La educación tiene que avanzar hacia esto de forma continua y sostenible. Somos el origen de todo lo que va a ser y desarrollar el alumno.

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 34: Pregunta 4 de la entrevista a los docentes del departamento de economía (Economía de 1º y Economía de la Empresa).

P4 - ¿Se deberían tomar medidas o planes de acción en materia de creatividad dentro del contexto educativo? ¿De qué tipo?

(1 respuesta)

Docente 1: El centro apuesta por proyectos que despiertan la dimensión creativa. Seguir implicado en estos proyectos es una buena medida para no caer en la obsolescencia creativa.

Docente 2: Formar a los profesores que hemos sido educados y que empezamos nuestra andadura en otro concepto de escuela. Formación de transición específica.

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 35: Pregunta 5 de la entrevista a los docentes del departamento de economía (Economía de 1º y Economía de la Empresa).

P5 - En su desempeño como docente, ¿potencia la creatividad de los alumnos? ¿Cómo lo hace?

(1 respuesta)

Docente 1: Lo intento, pero reconozco que los tiempos y las exigencias de temario a veces no dan tregua. Me queda mucho por reformar en este punto.

Docente 2: Siento que las nuevas dimensiones en las que se mueve la creatividad a veces me sobrepasan. Intento que la clase sea animada, pero creo que lejos de cualquier planteamiento creativo actual.

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 36: Pregunta 6 de la entrevista a los docentes del departamento de economía (Economía de 1º y Economía de la Empresa).

P6 - ¿Qué estrategias/actividades de aprendizaje para el desarrollo de la creatividad conoce?

(1 respuesta)

Docente 1: Conozco algunas actividades y estrategias que uso cada vez más común (por ejemplo, enfocar las sesiones de repaso como un quiz).

Docente 2: No conozco ni estoy muy al día de las estrategias creativas.

Pedro Antonio González Crespo: "No conozco las estrategias creativas."

Fernando Carbajo López: "Conozco algunas de las estrategias creativas."

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 37: Pregunta 7 de la entrevista a los docentes del departamento de economía (Economía de 1º y Economía de la Empresa).

P7 - Dentro de su plan de carrera profesional, ¿ha recibido algún tipo de formación vinculada con la creatividad? ¿lo considera necesario? En caso de respuesta afirmativa, ¿de qué tipo?

(1 respuesta)

Docente 1: No he recibido formación en este tema, pero considero que es más una labor de reciclaje personal. Internet es un pozo de información más que suficiente para ponerse al día en un tema tan fundamental como la creatividad en la educación presente y futura.

Docente 2: Los proyectos del centro invitan a seguir enganchándose a la creatividad y a no perder comba. Creo que es una tarea personal.

Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Las conclusiones que podemos extraer de este proceso de análisis, tras realizar la encuesta al grupo de alumnos de 4º de la E.S.O. y la entrevista con los tres docentes son:

- Tanto docentes como alumnos no están satisfechos con la disposición y el desempeño del actual sistema educativo y ven necesarias ciertas reformas.
- La creatividad es un ámbito de creciente importancia y demanda en la sociedad actual, y los centros no responden de forma plena ante el mismo.
- En relación a las dos conclusiones anteriores, tanto alumnos como docentes afirman que ni en su centro, ni el contexto educativo que perciben, se fomenta la creatividad en el quehacer diario de las materias que reciben o imparten.

- Elevado desconocimiento de las estrategias y actividades creativas. Los docentes afirman que no han recibido asesoramiento ni formación en la materia (en el caso de los docentes se decantan por el autoaprendizaje).
- Consideran que el potencial del ámbito creativo para el desarrollo resolutivo, del trabajo en equipo y de aportación de valor añadido es muy grande, aunque la novedad de ciertas prácticas desconocidas para ellos, genera cierto escepticismo en docentes y educandos.

3.2. HIPÓTESIS

En este epígrafe, una vez extraídas las conclusiones de la recogida de información en el centro concertado, vamos a concretar las diferentes suposiciones hechas a raíz de las estadísticas y los datos obtenidos, como punto de partida para dar comienzo a la investigación o argumentación de los posibles efectos de las actividades creativas diseñadas y/o propuestas.

Dada esta posición, se defiende como hipótesis central la siguiente afirmación:

- La aplicación de 4 modelos diferentes de actividades, sustentados conjuntamente en el desarrollo de la capacidad resolutiva de problemas/conflictos, aportación de valor añadido a un proceso, producto o idea y gestación del trabajo en grupo, mejora la capacidad creativa del alumno en el desarrollo de la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O.

Las hipótesis derivadas de la hipótesis central:

- La aplicación de la actividad SCAMPER, sustentada en el desarrollo de la capacidad resolutiva, mejora la capacidad creativa del alumno en el desarrollo de la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O.
- La aplicación de la dinámica de Analogías, sustentada en el desarrollo de la aportación de valor añadido y el trabajo grupal, mejora la capacidad

creativa del alumno en el desarrollo de la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O.

- La aplicación de la WebQuest, sustentada en el desarrollo de la capacidad resolutoria, mejora la capacidad creativa del alumno en el desarrollo de la materia Iniciación a la Actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O.
- Las actividades de Edutainment Ethica y BCE games, sustentadas en el desarrollo de la capacidad de trabajo grupal con el fin de ser una factoría de ideas y entretenimiento, mejora la capacidad creativa del alumno en el desarrollo de la materia Iniciación a la Actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O.

Una vez desarrolladas las hipótesis a verificar en el presente trabajo, vamos a definir a continuación cuáles son los objetivos de la investigación que van a marcar las metas de las actividades que se desarrollarán posteriormente.

3.3. OBJETIVOS

En este epígrafe, vamos a concretar los propósitos y los fines últimos que se pretenden alcanzar con el presente estudio y hacia los cuales dirigimos los esfuerzos y recursos. Para ello, vamos a identificar y describir un objetivo general que recoja la meta principal y, conjuntamente, los objetivos específicos cuyo cumplimiento suponga la asunción de que el objetivo general se ha alcanzado.

3.3.1. Objetivo general

Proponer y diseñar actividades que contribuyan a la mejora creativa en la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial, que se cursa en el 4º curso dentro del segundo nivel de la Educación Secundaria Obligatoria.

3.3.2. Objetivos específicos

Los objetivos que se pueden desglosar del objetivo general son los descritos a continuación:

- Analizar, revisar e investigar las principales aportaciones de las principales y más relevantes autoridades en materia de creatividad.

- Identificar y analizar los aspectos fundamentales sobre el contexto creativo, el proceso creativo y la enseñanza creativa, como punto de partida para la posterior puesta en marcha de propuesta de actividades en el aula.
- Recopilar información sobre diferentes factores ligados a la percepción de la creatividad en el aula a través de una encuesta, con el fin de conocer la opinión de los alumnos de 4º de Educación Secundaria Obligatoria en un centro concertado de Palencia (se toma como muestra a todo el conjunto de la clase).
- Recopilar información acerca de la importancia del proceso creativo en la sociedad, en la educación, y cómo se desarrolla en un colegio concertado de Palencia a través de una entrevista a cuatro docentes de la etapa de Educación Secundaria Obligatoria.
- En relación con los resultados obtenidos, plantear una serie de tareas que se ajusten a las necesidades recogidas y estimulen el proceso y la enseñanza creativa.
- Evaluar y comparar el impacto de mejora y los focos de optimización abiertos, tras la aplicación de dichas tareas a través de un segundo cuestionario al grupo de alumnos.

3.4. METODOLOGÍA

Descritos ya los objetivos del marco práctico, vamos a proceder a detallar cómo va a ser el desarrollo de la propuesta de intervención describiendo la propuesta y las actividades que se llevarán a cabo, la muestra (en este caso no representativa) objeto de estudio como indicio de lo extraído en su puesta en marcha, el plan de trabajo y de aplicación de actividades, los recursos necesarios para dar cobertura a las diferentes

actividades, el cuestionario de evaluación de la experiencia educativa y, finalmente, la evaluación de los resultados y la confrontación con las hipótesis descritas.

3.4.1. Propuesta de intervención o de programa

Teniendo en cuenta el centro en el que vamos a intervenir de forma no representativa en relación al estudio, debemos destacar, en primer lugar y a modo informativo, que este cuenta con un programa implantado de aprendizaje cooperativo y colaborativo, hecho que va a potenciar la disposición y las posibilidades de las actividades propuestas. La intervención se va concretar en cuatro actividades que son: la actividad de Analogías, la actividad SCAMPER, dos actividades de Edutainment (BCE games y Ethica) y finalmente, la resolución de una WebQuest. En su conjunto, y como ya hemos ido mencionando en el desarrollo del trabajo, estas actividades van a permitir el desarrollo de la capacidad resolutive, la mayor aportación de valor añadido en el proceso y, finalmente, maximizar en gran medida la aportación al desempeño grupal como herramienta de aprendizaje. Vamos, por tanto, a comenzar con la actividad de Analogías.

Analogías

En la actividad de Analogías, el principal y central objetivo es el establecimiento de una relación entre cosas distintas. Dentro de la creatividad (Herrandis y Cabello, 2010), las analogías son técnicas dirigidas a la generación de ideas a través de la creación de asociaciones de términos que de manera habitual no guardan relación. Las situaciones y retos existentes en el proceso, se afrontan de forma indirecta utilizando semejanzas para encontrar valores añadidos a las mismas.

La correcta puesta en marcha de esta actividad, permite la generación salvaje de ideas con el fin de reformular ciertas concepciones o paradigmas. El procedimiento a seguir para su puesta en marcha es el siguiente:

1. Determinar de manera precisa que es aquello para lo que se pretende obtener ideas; esto es lo que denominamos foco creativo.
2. Seleccionar un campo analógico de estudio sobre el que va a girar la dinámica y las funcionalidades que le son propias.
3. Reformular el campo analógico seleccionado en el punto 2 en función del foco creativo trabajado.

4. Identificar todas las semejanzas posibles entre el campo analógico y el foco creativo.
5. Analizar si las conexiones establecidas son válidas para poder ser aplicadas, ya sea de manera directa o introduciendo modificaciones.

Para llevar a cabo la dinámica de manera completa:

- Se irán rotando los campos analógicos comparativos por las diferentes mesas.
- Se dispondrá de un minuto y medio por ficha.
- La primera idea es extraer conclusiones personales y compartirlas con los compañeros de clase.
- Finalmente, se extraerán conclusiones conjuntas del análisis realizado.

Ilustración 38: Ficha 1 de la actividad Analogías.

ABRIGO

- *El abrigo es una prenda de vestir que nos ayuda a guardar la temperatura corporal en la intemperie.*
- *Suele ser un indicador de posición social.*
- *Nos permite guardar los diferentes utensilios que solemos utilizar en el día a día.*

Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Vicente del Bosque



- Reconocido socialmente como figura y referente de humildad, sacrificio, trabajo y dedicación.
- Él mismo ha afirmado en varias ocasiones que su forma de ser y trabajar es fruto de los valores cultivados en familia.
- La estrategia y la preparación minuciosa en grupo son sus claves de éxito.



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Vamos a seleccionar el tema del Plan de empresa (Sande, 2016) y, dentro de esta unidad didáctica, la descripción técnica de un producto o servicio que tienen que lanzar al mercado (pueden elegir libremente sector, empresa y mercado).

Suponemos que el mercado elegido es la telefonía móvil y su organización se encarga de producir dispositivos móviles. Partiendo del planteamiento de, por ejemplo, la arcilla (ficha 5, véase anexo I) estableceríamos como foco creativo la siguiente afirmación: ¿Qué nuevas utilidades se pueden obtener de un teléfono móvil?

Seguidamente, se va a ir pasando por los diferentes elementos con los que se van a establecer las semejanzas, y se procederá a detallar el campo analógico de los mismos (en el caso de la arcilla, señalamos tres rasgos de este campo analógico: a) alto grado de plasticidad, b) dureza y rigidez a más de 800° y c) elemento de construcción a lo largo de la historia).

Una vez definidos los rasgos del campo analógico, vamos a reformular el foco creativo que se ha elegido en el primer paso. ¿Qué similitudes y relaciones se pueden establecer entre las prestaciones de un dispositivo móvil y la arcilla? Buscar todo tipo

de conexiones entre los rasgos constitutivos del móvil y la arcilla, por muy absurdas que puedan parecer.

Finalmente, analiza si las conexiones establecidas son válidas para poder ser aplicadas, directa o indirectamente, en función de las necesidades de la empresa.

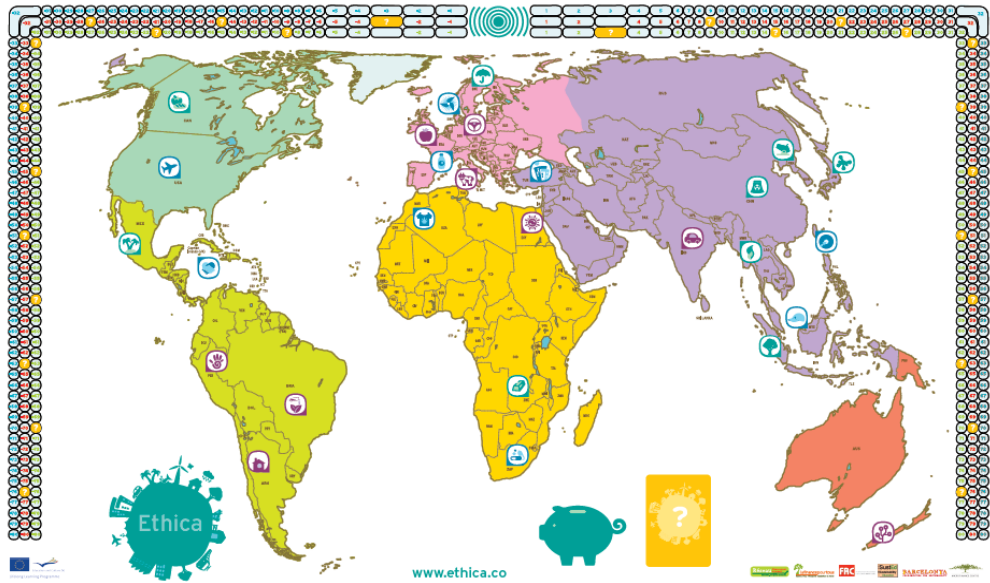
Ethica y Economía (edutainment)

El siguiente grupo de actividades, están enmarcadas dentro del grupo de actividades recogidas en las estrategias de edutainment, que defienden un proceso de aprendizaje y un proceso creativo fundamentados en el juego. Es posible aprender utilizando el juego con proyección didáctica y logrando trascender la dimensión exclusiva del entretenimiento.

1) Ethica

La primera de las actividades es el juego Ethica, en la que se trabaja el desarrollo real del flujo circular de la renta con diferentes situaciones y agentes (pueden jugar hasta 27). A través de este juego, se puede desarrollar toda la temática vinculada a la materia, como la autonomía personal de las economías familiares, el liderazgo y la toma de decisiones organizacionales, los cambios en variables y parámetros de mercado y el mercado laboral (Sande, 2016), todo ello relacionado y estudiando las influencias entre los diferentes elementos.

Ilustración 40: Tablero físico del juego Ethica.



Fuente: Ethica.co.

Ilustración 41: Dinero valor 1 del juego Ethica



Fuente: Ethica.co.

Ilustración 42: Dinero valor 5 del juego Ethica



Fuente: Ethica.co.

Ilustración 43: Dinero valor 10 del juego Ethica



Fuente: Ethica.co.

Ilustración 44: Dinero valor 100 del juego Ethica



Fuente: Ethica.co.

El desarrollo de este juego se vinculará al bloque 3 de contenidos Empresa y finanzas (Sande, 2016). Antes de comenzar a jugar, es necesario dedicar al menos una sesión previa para aportar una instrucción básica acerca del mercado financiero, los agentes que intervienen en el mismo, las operaciones que en él se realizan y, como aprendizaje basado en valores, indagar en la vinculación entre dinero y moral para una íntegra formación financiera en desarrollo y consumo.

Una vez explicadas estas bases para entender la línea del juego, se inicia la actividad por rondas (año económico) y se se explican los roles, las reglas y los procedimientos de cada agente al principio de cada turno (el juego consta de 8 etapas en tres rondas). Dentro de cada una de las etapas y de los turnos, hay tiempos entre los agentes comunes e interrelación entre los distintos agentes para tratar y comentar las decisiones en relación a la influencia social de las decisiones, impacto ambiental y desarrollo económico (en clave ética).

Con el fin de dar una intención didáctica al juego, cada jugador, de forma adicional y fuera de lo establecido en las reglas y normas, elaborará una ficha en la que irá anotando sus decisiones, su evolución económica y la razón de sus ganancias y pérdidas en relación con el desarrollo económico-social global. De esta manera, se

activa la capacidad resolutoria que pone al juego en vinculación con la experiencias personal y los ejemplos de la vida real.

Ilustración 45: Tarjetas presentación de empresa del juego Ethica.



Fuente: Ethica.co.


Ilustración 46: Tarjetas de información económico-laboral del juego Ethica.



Fuente: Ethica.co.



Ilustración 47: Anuncios empresariales y evolución de ahorros e inversiones.

Econews




Biolunch

CANADÁ: La compañía Biolunch acaba de anunciar que ahora utilizará incluso menos combustible para sus transportes. Ahora comprará sólo de agricultores locales y cultivadores. Canadá ha introducido el jueves vegetariano, en el que todos los restaurantes tienen que ofrecer un menú vegetariano. Como resultado, las ventas de Biolunch han aumentado en un 80% el año pasado.

 5
 5

SECTOR: alimentación



Cuenta de ahorro

BANCO

CUENTA DE AHORRO BÁSICA 3%

La cuenta de ahorro básica se utiliza para financiar compañías grandes a escala mundial.

Fuente: Ethica.co.

Ilustración 48: Anuncio evolución global y actividades por etapa.

GlobalNews

La Comisión Europea ha adoptado un programa de apoyo para la agricultura orgánica. Los negocios y las cooperativas en los sectores de la agricultura y la alimentación implicados en la producción y distribución de productos orgánicos se benefician de préstamos subvencionados. Esto les permite desarrollar sus negocios en buenas condiciones y los miembros reciben un dividendo especial del 5%.

SECTOR:
Alimentación

IMPACTO EN LOS BENEFICIOS:
Bio +5φ

CARTAS DE AYUDA - FAMILIA

El objetivo de tu familia es obtener los beneficios más éticos invirtiendo tu capital responsablemente y ser el inversor más ético.

Tu puntuación final queda determinada por la puntuación inferior de las 3 pistas (Beneficio, Personas y Planeta).

Por ejemplo: tus resultados finales son 20 en Beneficio, 25 en Personas y 15 en Planeta. Tu puntuación final es 15.

La ganadora es la familia con la puntuación más elevada de todas estas puntuaciones finales.

JUEGO

Etapas en cada año (1, 2, 3):

- 1 Visita a los bancos
- 2 Toma de decisiones
- 3 Evaluación del año
- 4 Cálculo del valor de las inversiones en acciones
- 5 Cálculo del interés de la cuenta de ahorro
- 6 Lectura de las noticias de Inversiones y Globales
- 7 Liquidación de las cuentas
- 8 Revisión del año

Fuente: Ethica.co.

La finalidad del presente juego por es, por un lado, ofrecer una mayor comprensión sobre el impacto de la inversión del dinero, la asunción de riesgos implícita, qué servicios financieros existen y cómo influyen en el ahorro y como se constituyen las diferentes disposiciones organizacionales.

Por otro lado, y como parte de una educación responsable en valores, permite conocer la influencia y las vinculaciones del entramado relacional entre las personas, las organizaciones y la administración pública. La educación para el desarrollo económico sostenible, busca que toda decisión sea tomada en aras de un reparto más equitativo y justo de la riqueza, un planeta más saludable a nivel medioambiental y un estilo de vida más coherente con el resto de agentes a través de la cooperación. Este el el fin último del juego, en el que la capacidad de trabajo en grupo es acompañada por una educación en valores en un marco tan importante como es la economía.

2) Economía, the monetary policy game.

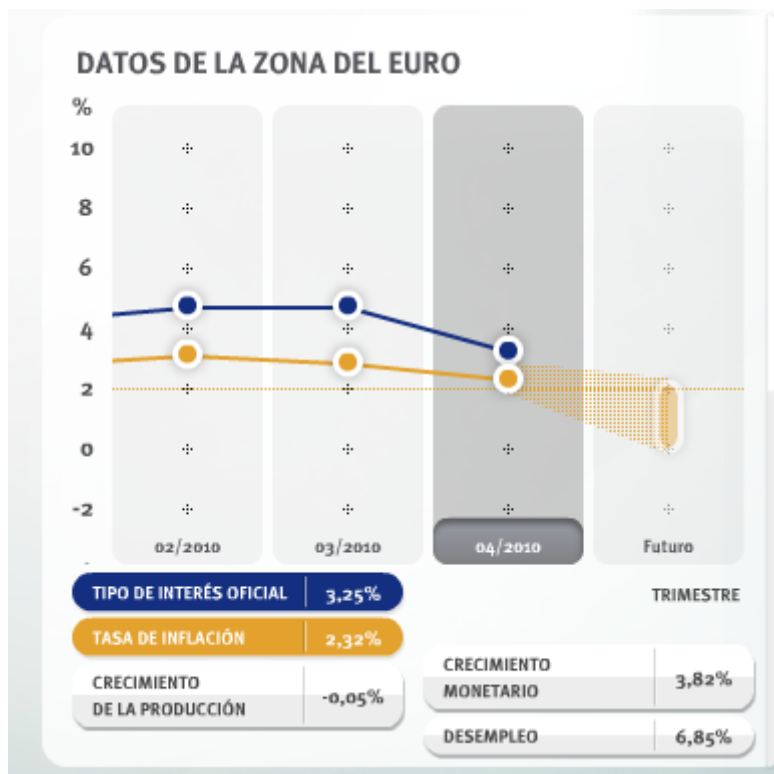
El desarrollo de este juego online también se vinculará al bloque 3 de contenidos Empresa y finanzas (Sande, 2016). En este caso, se concretará esta actividad para la explicación del mercado financiero y la política monetaria desde el punto de vista del Banco Central Europeo y su ajuste de los precios del dinero (tipos de intereses).

Ilustración 49: Interfaz del juego online Economía.



Fuente: ecb.europa.eu

Ilustración 50: Tabla de índices de la eurozona de la Eurozona.



Fuente: ecb.europa.eu

Ilustración 51: Glosario conceptual de los conceptos y comportamientos del juego.

El GLOSARIO contiene una explicación de algunos de los términos utilizados en este juego.

A - C D - F G - J K - P Q - Z

Banco central

Banco Central Europeo

Crecimiento de la producción

Crecimiento monetario

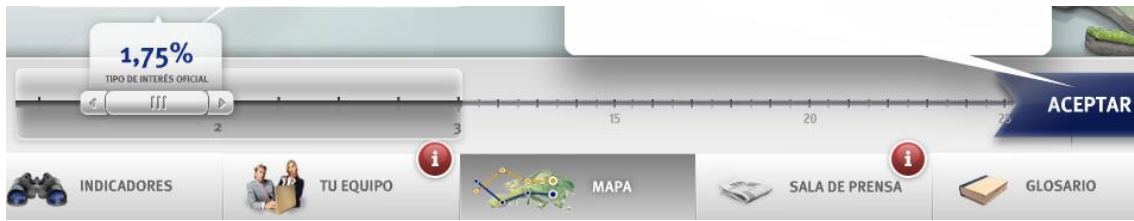
Banco central

Un banco central se encarga de gestionar la moneda de un país o de un grupo de países. Uno de sus cometidos principales es dirigir la **política monetaria** aumentando o reduciendo el **tipo de interés oficial** (el «coste» del dinero). De esta forma, influye en el flujo monetario y de crédito en la economía. Un banco central actúa como banco de los bancos comerciales. Les presta dinero, cobrando intereses, y, a cambio, los bancos entregan al banco central una garantía (o «activo de garantía») en forma de, por ejemplo, bonos de empresa o deuda pública.

El **Banco Central Europeo**, con sede en Fráncfort (Alemania), desempeña esta función para los bancos de la **zona del euro**.

Fuente: ecb.europa.eu

Ilustración 52: Barra de tareas y regulador de los tipos de interés.



Fuente: ecb.europa.eu

Ilustración 53: Información de los medios de comunicación, recogen los impactos de las acciones del BCE.



Fuente: ecb.europa.eu

Ilustración 54: Equipo de asesores, una muestra de las diferentes tipologías de personas de la sociedad.



Fuente: ecb.europa.eu

El objetivo del juego, es que cada jugador o equipo controle la inflación de la Eurozona por debajo del 2%, ya que es el valor óptimo que ofrece el Índice Armonizado de Precios de Consumo para la estabilidad de precios. Los instrumentos de los que dispone cada perfil son:

- Regulador del tipo de interés: su modificación tendrá efectos progresivos que serán notificados (es la herramienta manipulable del juego).
- Información del impacto social de las medidas en la prensa (como afecta al mercado de dinero, al mercado laboral, etc). Es necesario hacer un seguimiento de los mismos después de cada decisión y de cada acción.
- Los consejos del equipo de asesores, que son un impacto más cercano y un órgano consultivo sobre los diferentes colectivos (pensionistas, empresarios, parados, estudiantes, etc.).

Al igual que se hiciese en el juego Ethica, los alumnos apuntarán en una ficha la evolución de sus decisiones, el impacto de las mismas, la razón de las diferentes modificaciones del tipo de interés y el planteamiento previo a cualquier decisión en relación a lo consultado con el grupo de asesores y el grupo de trabajo.

Scamper

La tercera actividad desarrollada consiste en analizar una determinada situación y reformular preguntas sobre una misma cuestión, con el fin de aportar salidas, respuestas o situaciones diferentes. En este caso, de forma individual, cada educando va a seleccionar una organización concreta y un producto o servicio de la misma. Esta actividad será el inicio del proyecto empresarial (Sande, 2016), con el fin de desarrollar una nueva idea de negocio a partir del re-encuadre realizado en esta actividad. Las fases de las que consta son las mostradas en la ilustración 55.

Ilustración 55: Guion estructural del método SCAMPER elaborada por la plataforma Proyéctate ahora.

Desarrollo

Identifica el elemento; el producto, servicio, o proceso; que quieres mejorar.

Hazte las preguntas Scamper sobre tu elemento y mira qué nuevas ideas emergen.

- S = Sustituir? (Substitute?)
- C = Combinar? (Combine?)
- A = Adaptar? (Adapt?)
- M = Magnificar? (Magnify?) Modificar (Modify?)
- P = Poner-le otros usos? (Put to other uses?)
- E = Eliminar? (Eliminate?) o Minimizar? (Minify?)
- R = Reorganizar? (Rearrange?), Invertir? (Reverse?)

Fuente: proyectateahora.com

Vamos a ofrecer a continuación, algunas frases que permitan trabajar cada una de las dimensiones de la dinámica SCAMPER (Proyéctate, 2012), para cada tema elegido:

- Sustituir
 - ¿Qué partes/quienes pueden ser sustituidos o son prescindibles?
 - ¿Se pueden cambiar las reglas de funcionamiento por otras?
 - ¿Se pueden reemplazar los elementos constituyentes por otros ingredientes, procedimientos o materiales?
- Combinar
 - ¿Qué otros artículos se podrían combinar con el nuestro para hacer un producto más atractivo?
 - ¿Es susceptible de ser mezclado, sufrir algún tipo de aleación o agrupado?
- Adaptar
 - ¿En qué contextos puedo incluir mi producto o servicio?

- Modificar
 - ¿En qué aspectos se puede cambiar el producto?
 - ¿Qué otra forma/aspecto puede tomar el producto/servicio?

- Propuesta de usos
 - ¿Para qué más se podría utilizar nuestro producto?
 - ¿Qué nuevos usos permiten las modificaciones?
 - ¿Para quién iría dirigido?

- Eliminar
 - ¿Qué elementos/prestaciones tienen nuestro producto o servicio que sean prescindibles?
 - ¿Qué elementos tienen impactos positivos en los demandantes?

- Reordenar y reorganizar
 - ¿Qué ocurre si se transpone la causa y el efecto?
 - ¿Qué ocurre si se reestructura el orden, velocidad y ritmo de consumo?

Ilustración 56: Estructura de la actividad SCAMPER.



Fuente: lamamiupc.wikispaces.com

El fin último de la actividad SCAMPER, es fomentar el pensamiento crítico y la habilidad para recopilar y sintetizar diferentes informaciones. Es una manera diferente de concienciarse de una determinada problemática y generar una amplia reflexión con tendencia creativa. Una vez realizada de forma individual, se compartirá y se contrastará con el grupo con el fin de seguir enriqueciendo el proceso.

Webquest

Finalmente, para cerrar las actividades creativas propuestas para la presente investigación, vamos desarrollar una WebQuest a través de la plataforma Aula21.net, centrada en la temática El empleo y la Seguridad Social del bloque 2 (Sande, 2016) de la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial.

La WebQuest (véase anexo II), consiste en una tarea de investigación guiada que realizan los educandos y que tiene como objetivo construir un aprendizaje concreto desde la fuente web. Se proporcionará al alumno una serie de fuentes para guiar su proceso y, a partir de este punto, será el propio estudiante el que seleccione y estructure su propio aprendizaje y comprensión, conforme a los objetivos y a la cuestión central sobre la que giran.

Esta dinámica, proporciona al alumno (Aula21, 2012) un modelo ideal para integrar la herramienta Internet como base para la resolución de problemas y tareas de forma clara en relación a un tópico contenido concreto. A medida que los educandos se van familiarizando con los formatos de búsqueda y con la selección y presentación de la información, se desarrolla en ellos estrategias de optimización comunicativa, autonomía y autosuficiencia, capacidad selectiva y aprendizaje personal y grupal eficiente.

El enlace con la WebQuest es el siguiente: aula21.net/Wqfacil/webquest.php

Una vez presentadas las cuatro actividades propuestas para el desarrollo de la mejora creativa, vamos completar el marco práctico definiendo los destinatarios, el plan de trabajo y sus fechas, los recursos necesarios para su implantación y la evaluación y los resultados obtenidos a través de un cuestionario elaborado con Google Forms.

3.4.2. Destinatarios

El colegio concertado se encuentra situado en el centro de la ciudad de Palencia. Se trata de una zona con un nivel de vida superior al del resto de la ciudad y con un problema de envejecimiento de la población.

En la actualidad, de acuerdo a lo reflejado en su documento Carácter propio, el colegio desempeña su labor educativa formal en los niveles de Educación Infantil (3 unidades), Educación Primaria (12 unidades), Educación Secundaria (8 unidades) y Bachillerato (4 unidades). Todos concertados menos el Bachillerato, que es privado.

Las familias del centro, atendiendo a lo reflejado en su documento ¿Quiénes somos?, pertenecen a una clase social media, aunque puede establecerse una cierta diferenciación entre los niveles de Bachillerato (media alta) y el resto del colegio. Las familias asociadas, en general, están preocupadas y siguen muy de cerca la educación de sus hijos. En el AMPA, participa un grupo de unos 10 padres de manera continuada y se reúnen semanalmente durante todo el año.

El centro está adaptado a personas con movilidad reducida, mediante rampas y ascensores, y cuenta también con pizarras electrónicas y tabletas en varias aulas. Cada vez se deja sentir más la recesión de las economías familiares, lo que motiva que haya alumnos que no puedan cursar en el centro los niveles de enseñanza no concertados.

En relación con la materia a la que hace referencia la presente investigación, concretar que la asignatura de Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial cursada en 4º de Educación Secundaria Obligatoria, cuenta con 20 alumnos. Ha sido tomado el conjunto de la clase (se puede apreciar en las encuestas realizadas) como muestra orientativa para hacer el presente estudio, a sabiendas de su carácter no representativo.

3.4.3. Cronograma de trabajo

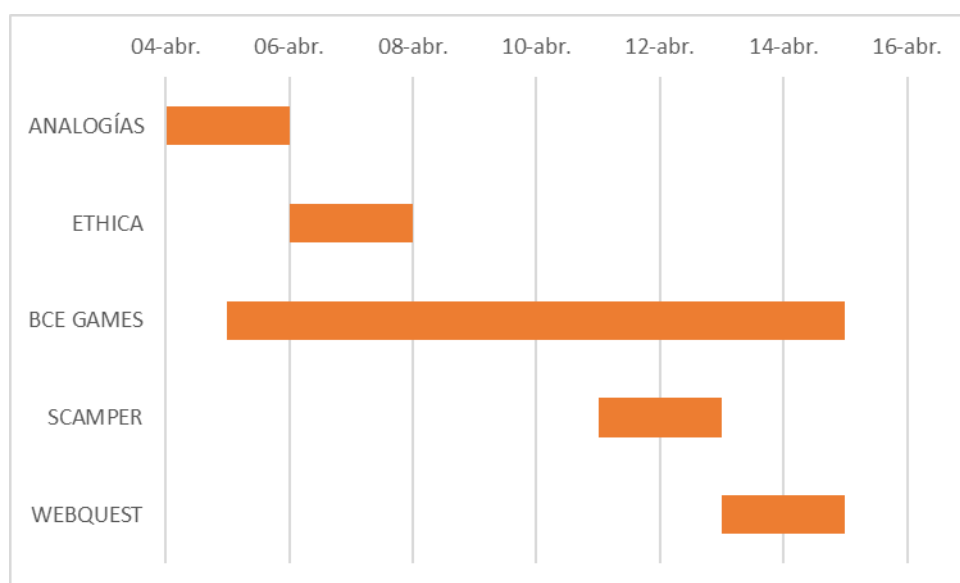
A pesar de no haber realizado intervención real conforme al objeto de estudio, se ha realizado una puesta en marcha e implantación de las mismas actividades en el centro reseñado en el punto 3.4.2., durante la quincena correspondiente entre el 4 de Abril de 2016 y el 15 de Abril de 2016. Para una mejor presentación y organización, se ha llevado a cabo la realización de un diagrama de Gantt en Excel.

Tabla 1: Valores para la realización del diagrama de Gantt.

ID	TAREA	COMIENZO	DURACIÓN	FIN
ID	TASK	START DATE	DURATION	END DATE
A	ANALOGÍAS	04-abr	2	06-abr
B	ETHICA	06-abr	2	08-abr
C	BCE GAMES	05-abr	10	15-abr
D	SCAMPER	11-abr	2	13-abr
E	WEBQUEST	13-abr	2	15-abr

Fuente: Elaboración propia a través del programa Microsoft Excel

Gráfico 1: Diagrama de Gantt de la puesta en marcha de las actividades.



Fuente: Elaboración propia a través del programa Microsoft Excel

3.4.4. Recursos humanos, materiales y económicos

Una vez definido el plan y los tiempos de trabajo, vamos a concretar aquellos recursos necesarios para poder desarrollar las actividades propuestas de forma óptima. Como común denominador de todas las actividades, vamos a trabajar con un cuaderno de trabajo (cuaderno diario de clase) de medidas 148x210 mm.

Recursos económicos:

- En relación al juego Ethica, hay dos posibilidades: la primera es comprar un juego en formato físico por precio de 35 €, y la otra es comprar 5 juegos en formato pdf por 7 € cada uno. A pesar de que el juego admite 27 jugadores, se considera que la dinámica se lleva a

cabo de manera más óptima en grupos de 5, por lo tanto, el juego se compra en formato digital y se imprimen el tablero y las fichas.

Ilustración 57: Compra de la edición pdf del juego Ethica.



Ethica para armar - Hagalo Ud. mismo

€ 7.00

Excluding VAT

Fuente: Ethica.co

Recursos materiales:

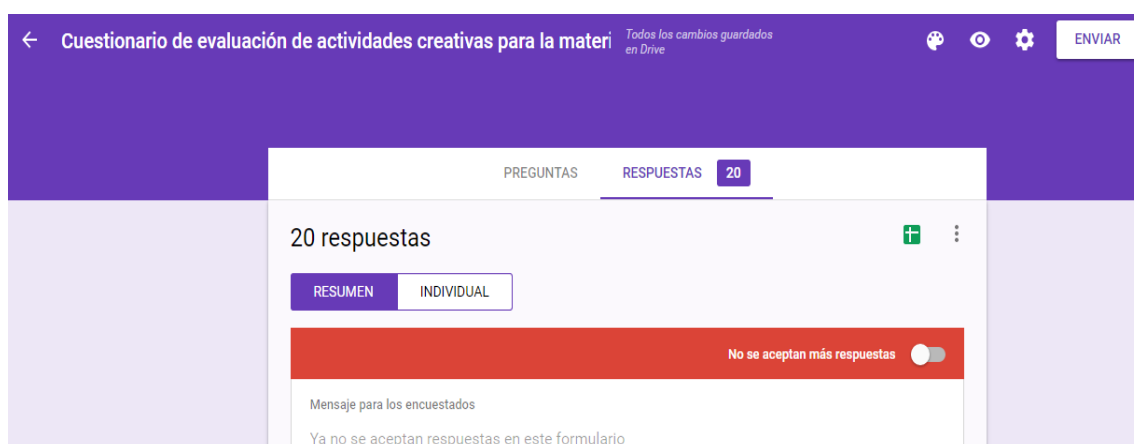
- Cuaderno cuadriculado, tamaño A5 de medidas 148x210. En este cuaderno iremos anotando las reflexiones pedagógicas de cada juego y los conceptos aprendidos. Se recogerán al final del desarrollo de las actividades para puntuar la evaluación continua.
- Se necesita conexión a internet (datos móviles o repetidor wifi con el que cuenta la clase) y un dispositivo con el que conectarse (smartphone, tablet) para poder jugar al juego BCE games, ya que es un juego online diseñado por el Banco Central Europeo.
- Se necesita un paquete de folios A4 (500 folios), 5 sábanas A3, fichas A4 para plastificar las tarjetas y fichas A3 para plastificar los tableros. No los he contabilizado en recursos económicos, porque está presupuestado en material disponible por el propio centro.

Recursos humanos²

3.4.5. Formas de evaluación de la propuesta

Una vez puestas en práctica las actividades propuestas durante la quincena asignada en el diagrama de Gantt del punto 4.4.3., vamos a realizar a los 20 alumnos que cursan la materia Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial de 4º de Educación Secundaria Obligatoria, un cuestionario de evaluación para conocer el impacto de las tareas en su proceso de aprendizaje. En el mismo, se valorará la percepción personal de los alumnos de cada actividad, y cómo contribuye cada una de ellas al desarrollo de la mejora creativa en relación a la capacidad resolutive, aportación de valor añadido y capacidad de trabajo grupal demandadas socialmente. Puedes ver las cuestiones planteadas en la encuesta en el apartado Anexos (véase anexo IV).

Ilustración 58: Interfaz del cuestionario realizado para la evaluación de la experiencia de las actividades para la mejora creativa.



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

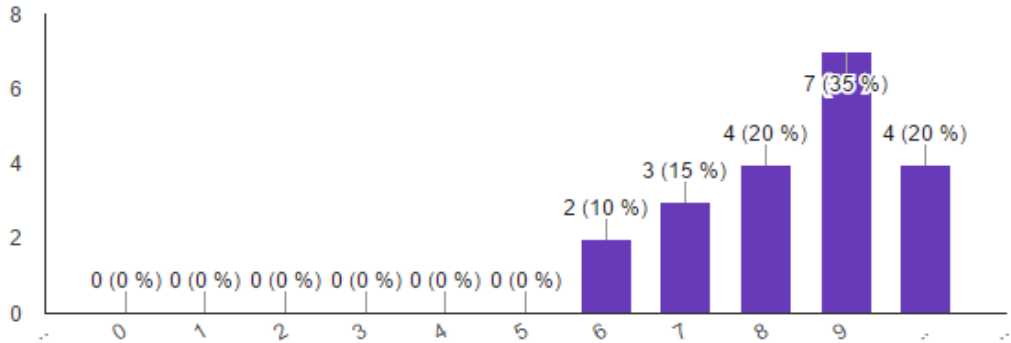
3.4.6. Resultados obtenidos

Los resultados obtenidos en la evaluación han sido clasificados por actividades y por capacidades desarrolladas para un mejor estudio. A continuación, exponemos las gráficas que resumen las opiniones y las experiencias de los alumnos.

² No es necesaria la intervención humana de otros profesionales (orientadores, psicólogos, testimonio profesional) ajenos al profesor titular y a los alumnos.

Ilustración 59: Pregunta 1 del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4° de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

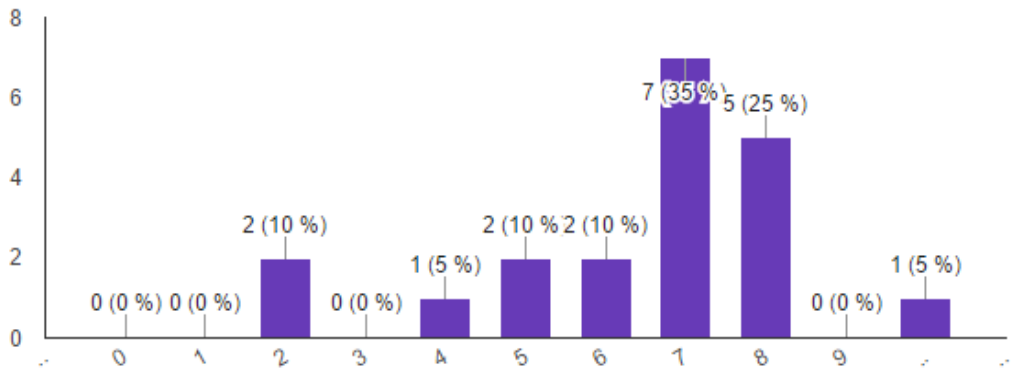
P1 - Valore en una escala de 0 a 10 la actividad Analogías (20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 60: Pregunta 2 del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4° de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P2-Valore en una escala de 0 a 10 la actividad Scamper (20 respuestas)

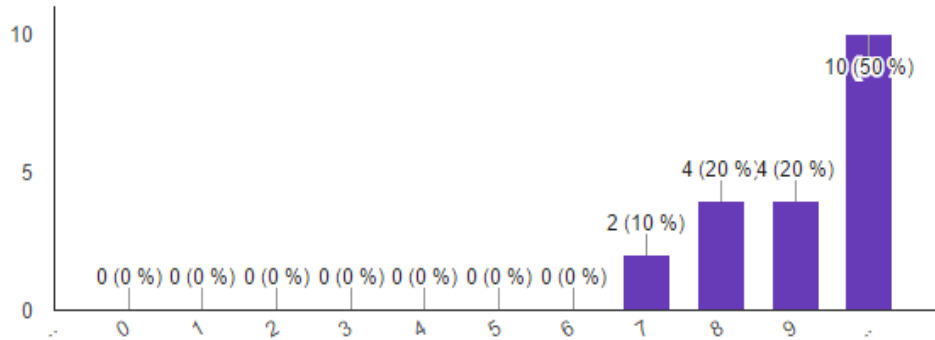


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 61: Pregunta 3 del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P3 - Valore en una escala de 0 a 10 las actividades de Edutainment (Ethica y BCE games)

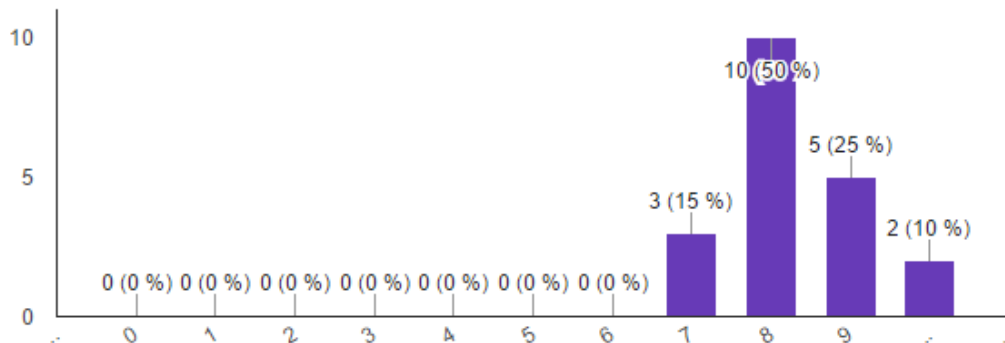
(20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 62: Pregunta 4 del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P4 - Valore en una escala de 0 a 10 la actividad Webquest (20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

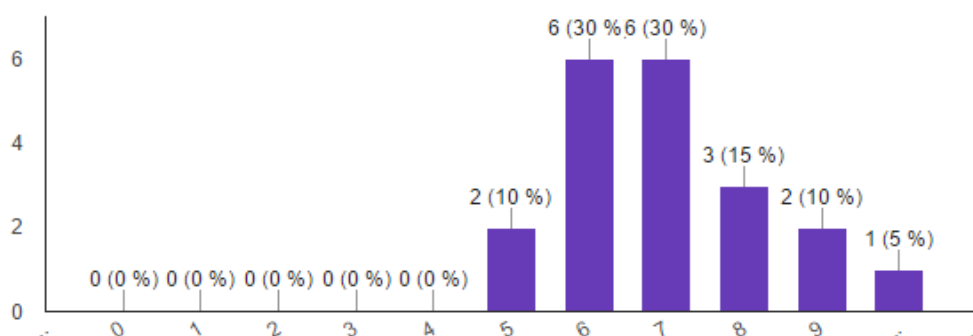
El primer bloque de preguntas analizadas, pretende valorar individualmente cada una de las actividades desarrolladas (los resultados mostrados en las gráficas, se analizan tras la aplicación de la media aritmética de la valoración de cada actividad). Las valoraciones medias, por tanto, nos informan de que la actividad más valorada por los alumnos es el Edutainment (Ethica y BCE games) (8,5 puntos), seguido muy de cerca por la actividad de Analogías y la WebQuest (8,4 y 8,3 puntos). Finalmente y con 2 puntos de diferencia, se encuentra el SCAMPER (6,45 puntos), que a pesar de que ha

gustado a los alumnos y estos le han dado su aprobado, consideran esta última sustancialmente menos atractiva y útil para el aprendizaje que las anteriores.

Ilustración 63: Pregunta 1a del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4° de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P1a - Valore la contribución de la actividad Analogías al desarrollo de su capacidad resolutoria de conflictos o problemas.

(20 respuestas)

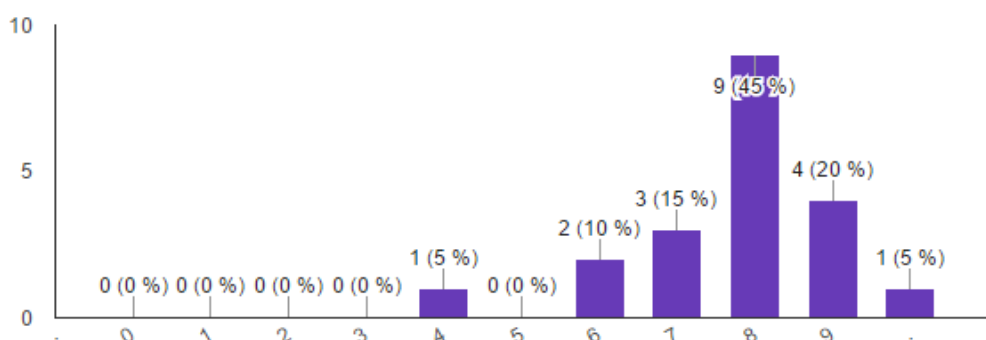


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 64: Pregunta 2a del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4° de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P2a - Valore la contribución de la actividad Scamper al desarrollo de su capacidad resolutoria de conflictos o problemas.

(20 respuestas)

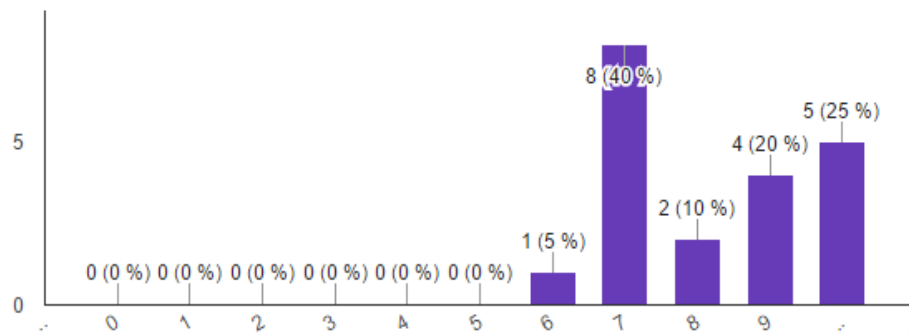


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 65: Pregunta 3a del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4° de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P3a - Valore la contribución de las actividades de Edutainment (BCE games y Ethica) al desarrollo de su capacidad resolutoria de conflictos o problemas.

(20 respuestas)

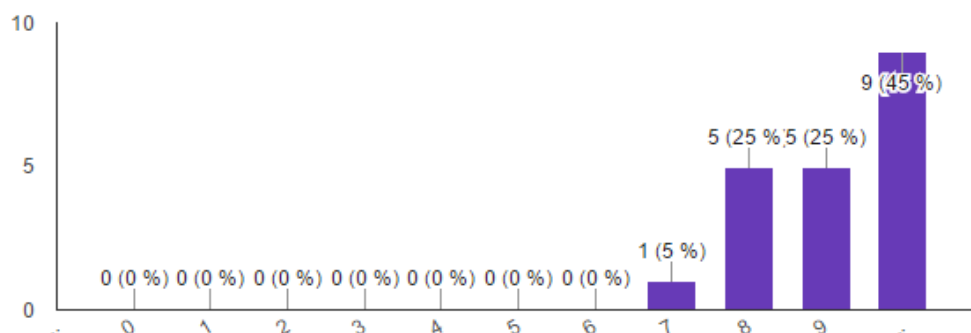


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 66: Pregunta 4a del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4° de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P4a - Valore la contribución de la actividad Webquest al desarrollo de su capacidad resolutoria de conflictos o problemas.

(20 respuestas)



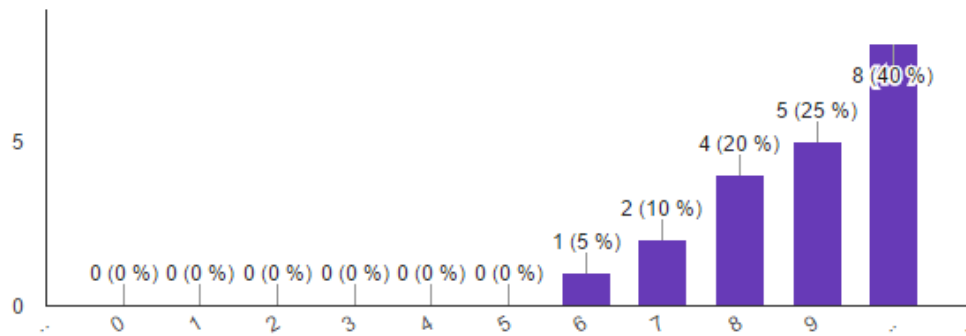
Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

En relación al segundo bloque de preguntas, vinculado al desarrollo de la capacidad resolutoria desde la creatividad, los resultados de las medias muestran que la actividad que más contribuye al desarrollo de la capacidad resolutoria es la WebQuest (9,1 puntos), ya que resolver las diferentes cuestiones que giran en torno a la gran pregunta, de forma autónoma, ha sido un desafío que ha agudizado la gestión personal de los recursos de cada educando. Seguidamente a la WebQuest, podemos encontrar el Edutainment y el SCAMPER (8,2 y 7,75 puntos respectivamente) Finalmente, la actividad de Analogías se presenta como la menos valorada en el desarrollo de esta capacidad (7 puntos).

Ilustración 67: Pregunta 1b del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P1b - Valore la contribución de la actividad Analogías al desarrollo de su aportación de valor añadido en procesos, ideas o productos.

(20 respuestas)

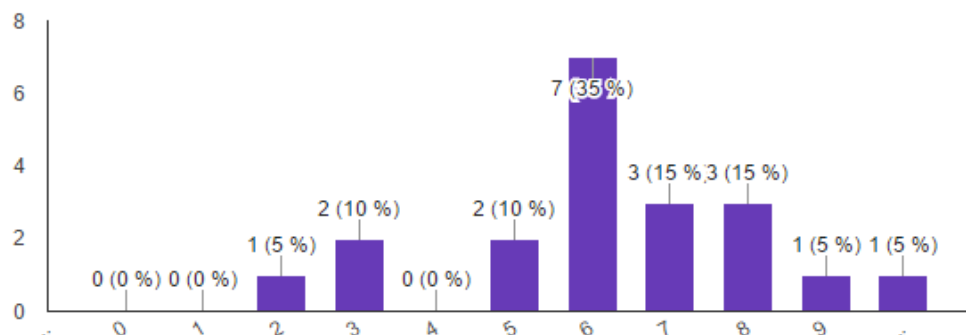


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 68: Pregunta 2b del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P2b - Valore la contribución de la actividad Scamper al desarrollo de su aportación de valor añadido en procesos, ideas o productos.

(20 respuestas)

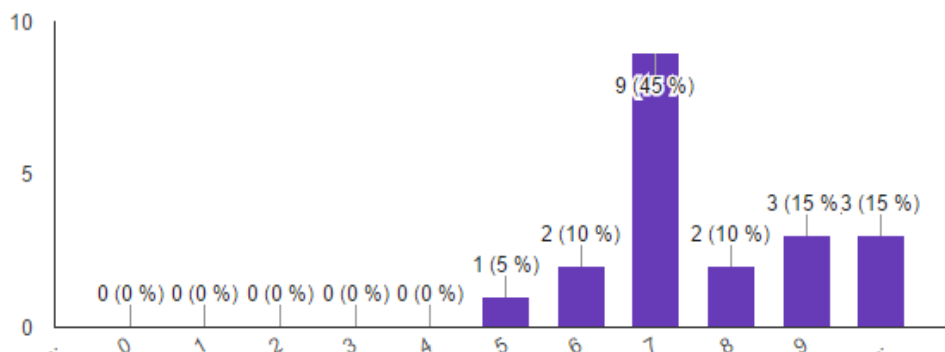


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 69: Pregunta 3b del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P3b - Valore la contribución de las actividades de Edutainment (BCE games y Ethica) al desarrollo de su aportación de valor añadido en procesos, ideas o productos.

(20 respuestas)

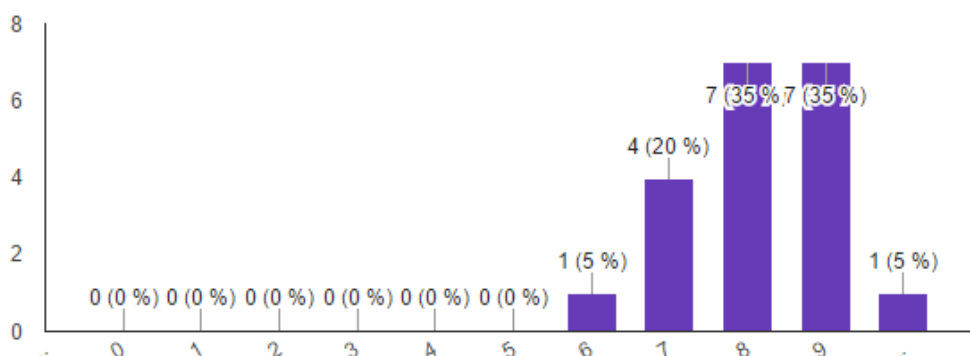


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 70: Pregunta 4b del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P4b - Valore la contribución de la actividad Webquest al desarrollo de su aportación de valor añadido en procesos, ideas o productos.

(20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

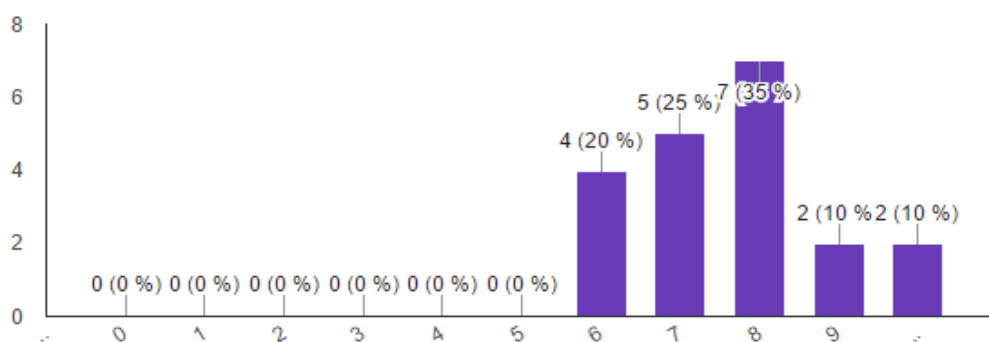
En el tercer bloque de preguntas, relacionado con el desarrollo de la capacidad de aportar valor añadido a procesos, ideas y productos, los alumnos de la muestra han afirmado que de media, la actividad que más desarrolla esta capacidad es la actividad de Analogías (8,85 puntos), ya que genera situaciones, reflexiones y reencuadres de paradigmas muy interesantes y sugerentes. Seguidamente, podemos encontrar la

WebQuest (8,15 puntos), como actividad autónoma que permite gestionar el valor del autoaprendizaje y, finalmente, el Edutainment y el SCAMPER (7,65 y 6,2 puntos) como actividades más resolutivas que desarrolladoras de la presente capacidad (la jugabilidad de cada alumno, en el caso del Edutainment, nos ha ofrecido respuestas muy variadas).

Ilustración 71: Pregunta 1c del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P1c - Valore la contribución de la actividad Analogías al desarrollo de la capacidad para trabajar en grupo y maximizar las posibilidades de aprendizaje.

(20 respuestas)

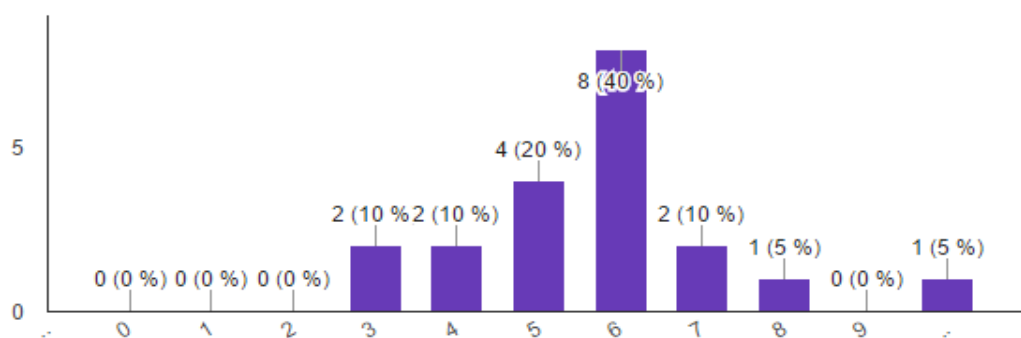


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 72: Pregunta 2c del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P2c - Valore la contribución de la actividad Scamper al desarrollo de la capacidad para trabajar en grupo y maximizar las posibilidades de aprendizaje.

(20 respuestas)

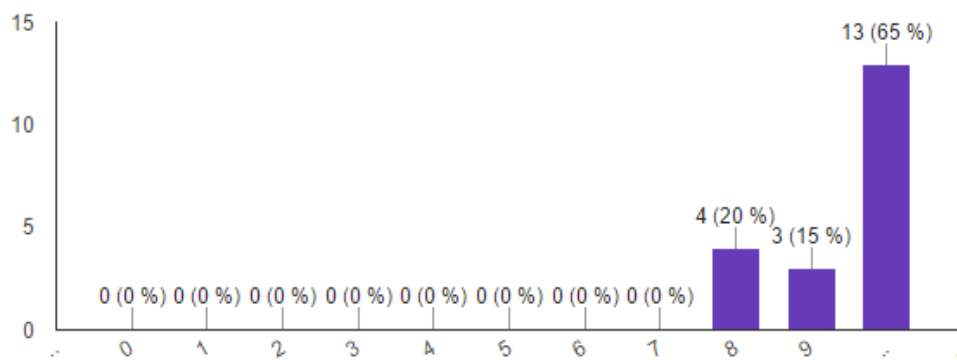


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 73: Pregunta 3c del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4° de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P3c - Valore la contribución de las actividades de Edutainment (BCE games y Ethica) al desarrollo de la capacidad para trabajar en grupo y maximizar las posibilidades de aprendizaje.

(20 respuestas)

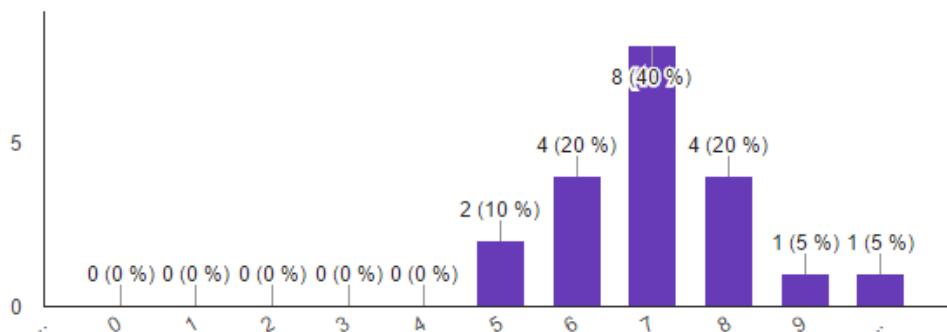


Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Ilustración 74: Pregunta 4c del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4° de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

P4c - Valore la contribución de la actividad Webquest al desarrollo de la capacidad para trabajar en grupo y maximizar las posibilidades de aprendizaje.

(20 respuestas)



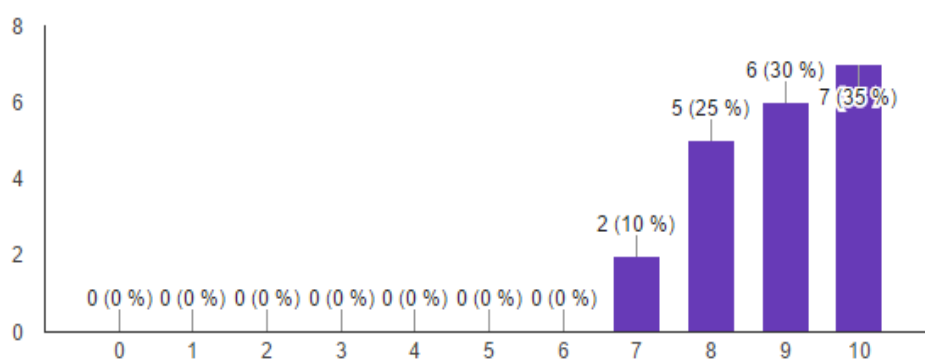
Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Finalmente, en el cuarto bloque de preguntas en el que se trata el desarrollo de la capacidad de trabajo en grupo, los resultados de la media de la encuesta de evaluación sitúan en primera posición a la actividad Edutainment (9,45 puntos) como aquella en el que los alumnos se reconocen trabajando y colaborando en grupo de forma óptima y productiva. En segundo y tercer lugar, situamos las actividades Analogías y WebQuest (7,65 y 7,05 puntos) como aquellas en las que el contraste y el apoyo grupal (más en el grupo de la muestra, cuya metodología es cooperativa/colaborativa) tienen una importancia notable en el proceso de aprendizaje y crecimiento educativo. Finalmente, y con amplia diferencia, situamos la actividad SCAMPER en la que los alumnos han sabido reconocer el contraste de opiniones del conjunto del grupo de la clase, a pesar de no haber identificado un valor de crecimiento grupal tan claro como en las anteriores actividades.

Ilustración 75: Pregunta final del cuestionario de evaluación a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciativa Emprendedora.

¿Qué nota le pondría a la presente experiencia con las cuatro actividades creativas?

(20 respuestas)



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta Google Forms.

Como colofón de la encuesta de opinión, es importante recoger la experiencia educativa que ha arraigado en los alumnos a raíz de la puesta en marcha de las actividades propuestas en el presente trabajo. La nota que los alumnos han dado a la dinámica conjunta es 8,9 puntos de media, una valoración muy positiva que refuerza, con gran crédito, las hipótesis planteadas en la investigación. Tanto las previsiones reflejadas para cada actividad en relación con cada competencia, como el resultado de

satisfacción, muestran que la base creativa es un principio fundamental de experiencia educativa positiva en los alumnos, teniendo en cuenta que la muestra no es representativa del amplio colectivo al que engloba el trabajo pero que, por falta de disponibilidad de tiempo y de medios, es la única que se ha podido estudiar en profundidad. A pesar de que no sea representativa, es un buen índice de experiencia de mejora creativa en el aula.

4. Conclusiones

Una vez detallado el marco teórico de la creatividad, realizada la encuesta de evaluación y analizados los resultados de la experiencia de intervención para la mejora creativa, vamos a proceder a sintetizar y a extraer las conclusiones del estudio.

La propuesta defendida a lo largo del presente trabajo, partía con el objetivo fundamental de ser desarrollada con el fin de estudiar y potenciar la mejora creativa, prevista de una idea de aprendizaje basado en el desarrollo de las capacidades resolutorias, grupales y de valor añadido. Enmarcada en la tendencia del aprendizaje colaborativo y aprendizaje basado en problemas, constituye una herramienta para la enseñanza de Iniciación a la actividad empresarial y emprendedora impartida en 4º de Educación Secundaria Obligatoria.

El contexto y el proceso educativo-creativo, como defendían Martínez (2005) y De Bono (1999), es un preámbulo dentro del centro y del aula, que tiene la misión de estimular las diferentes competencias comunicativas (verbal, no verbal y emocional), la iniciativa, el esfuerzo por dar operatividad a las ideas y la formulación de planteamientos y cuestiones en torno a las diferentes unidades didácticas trabajadas. El pensamiento lateral, por otro lado, da cabida a un gran cúmulo de ideas flexibles en relación a abordar las diferentes visiones de un mismo problema, así como solución de contraste ante lo paradigmático. La importancia, por tanto, reside en el re-encuadre de la fijación funcional y de pensamiento ante determinadas prácticas y concepciones.

Vamos a desglosar, a continuación, las conclusiones fundamentales de las dos partes que vertebran la investigación:

Marco teórico

- Es necesario que la disposición deductiva del contexto, proceso y enseñanza educativo-creativa permita la estimulación y el desarrollo de la iniciativa, la comunicación, el espíritu crítico, la formulación de planteamientos alternativos, el reencuadre de paradigmas y la posibilidad de enfocar diferentes visiones de una misma situación. Desde un enfoque de pensamiento divergente que potencie un modelo pedagógico que favorezca el desarrollo de la capacidad resolutoria del alumno, se defiende la aportación de valor añadido a procesos, ideas y

productos, así como la mejora de la capacidad de trabajo en grupo como un factor que permite maximizar exponencialmente el aprendizaje.

Marco práctico

- Insatisfacción por parte de docentes y educandos, y falta de desempeño y puesta en marcha por parte de los centros y del actual sistema educativo español, que hacen necesarias determinadas reformas en clave de creatividad, con el fin de constituir estas dimensiones demandadas social y laboralmente.
- Desconocimiento por parte de profesores y alumnos de metodologías y estrategias de acción creativa. Predomina la escasa formación (se opta por el autoaprendizaje) en un campo considerado, por los mismos agentes, de gran relevancia e importancia para el desarrollo de las capacidades resolutive, aportación de valor añadido y trabajo grupal concluidas en el marco teórico.
- Elevado desconocimiento de las estrategias y actividades creativas. Se afirma que no han recibido asesoramiento ni formación en la materia (en el caso de los docentes se decantan por el autoaprendizaje). Consideran que el potencial del ámbito creativo para el desarrollo resolutive, del trabajo en equipo y de aportación de valor añadido es muy grande, aunque la novedad de ciertas prácticas desconocidas para ellos genera cierto escepticismo en docentes y educandos.
- Conforme a lo expuesto en las hipótesis del proyecto, la puesta en marcha de las actividades creativas planteadas en el presente trabajo, permiten el desarrollo y la adquisición notable/sobresaliente de capacidad de resolución de problemas (WebQuest 9,1 puntos), de aportación de valor añadido a procesos, productos e ideas (Analogías 8,85 puntos) así como maximizar las posibilidades del trabajo grupal (Edutainment 9,45 puntos). La actividad SCAMPER, aunque no ha sido líder en el desarrollo de ninguna de las capacidades, muestra un rendimiento notable en el desarrollo de la capacidad resolutive (7,75 puntos).

A modo de conclusión, el apartado 2.4.3-. “La enseñanza creativa de la competencia emprendedora e intraemprendedora”, gira en torno a una cita extraída de la aportación de Torrance (1969), que defiende “la adquisición de un entramado de técnicas y estrategias que favorezcan el pensamiento creativo en contexto creativo, con el fin de potenciar la ocurrencia de soluciones y alternativas a partir de los diferentes prismas, experiencias y conocimientos de cada sujeto.” (p. 30). Esta cita supone el punto de partida para dar un empujón a la labor de las instituciones educativas, y potenciar un modelo educativo que permita gestar una base creativa, en la que los alumnos se sientan contrastados con actitudes y aptitudes del mundo socio-laboral.

Finalmente, simplemente añadir que la valoración de la experiencia educativa (8,9 puntos), refuerza la idea de que el alumno se siente más persuadido y motivado al aprendizaje desde estas claves mencionadas.

5. Discusiones

En la presente investigación, como vimos en el punto 1.2., se partió del problema de desarrollo desde un impulso creativo que permitiese mejorar exponencialmente las posibilidades de los grupos de alumnos y de la materia en cuestión. Se planteó como objetivo principal la proposición y el diseño de actividades que contribuyeran a la mejora creativa en la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial, que se cursa en el 4º curso dentro del segundo nivel de la Educación Secundaria Obligatoria.

Con base en los resultados obtenidos por competencias (8,01 puntos en capacidad resolutive, 7,71 puntos en aportación de valor añadido y 7,46 puntos en la capacidad de desempeño grupal) podemos contrastar, en relación con las teorías presentadas y desarrolladas en el marco teórico, lo siguiente:

En primer lugar, en relación a la capacidad de resolución de problemas, los resultados de las encuestas muestran que los alumnos perciben esta capacidad como aquella en la que más crecimiento potencial puedan alcanzar. Esta afirmación, conecta con lo defendido por Ojeda (2008), López y Recio (1998) en relación al pensamiento crítico del alumno, y al producto creativo de la educación orientado hacia la problemática social. Es necesario, para matizar este primer punto, contrastar la correspondencia de esta competencia con la aportación de Sático (2001), Prado (2001) y los rasgos de la competencia intraemprendedora de Muñoz (2013), que defienden la necesidad de apostar en materia educativa por actividades que permitan recrear, lo más fielmente posible, los perfiles resolutivos que el contexto social demanda.

En segundo lugar, atendiendo a la capacidad de aportación de valor añadido en productos, procesos e ideas, destacar que los alumnos perciben esta capacidad como la segunda más valorada detrás de la capacidad resolutive y con una diferencia no muy pronunciada de 0,3 puntos. La valoración de esta capacidad se corresponde, en gran medida, con lo enunciado por los padres de la creatividad Guilford (1950) y De Bono (1999), que consideran que la evolución social depende, en gran medida, de la gestación de la base fundante de la enseñanza de valores y de habilidades de pensamiento creativo de valor diferenciado. La relevancia que está cobrando la innovación y el desarrollo (corroborado con los resultados de la encuesta del presente trabajo) en todas las disciplinas de conocimiento, encuentra su explicación en De Bono (1999) y su defensa del pensamiento lateral como una reestructuración del pensamiento,

atendiendo al impacto social y educativo que estas tienen. El matiz más actual en relación al estado de la cuestión de esta capacidad, viene aportado por Robinson (2006) y las valoraciones educativas de Marina (2004) en relación a una valoración actual de una escuela que necesita potenciar un valor diferenciado y añadido a una sociedad con elevadas barreras de entrada en lo relativo a lo laboral. A pesar de que la actividad preferida fue el Edutainment, vinculada al crecimiento grupal jugando, los alumnos valoraron muy positivamente el refuerzo de ideas que posibiliten valor añadido como una salida de su zona de confort de pensamiento.

Finalmente y en tercer lugar, sin introducirnos en el marco constructivista, Barron (1976), apoyado en Ausubel (1963), defiende el crecimiento de las posibilidades de trabajo grupal basándose en los hitos de crecimiento apoyados en métodos creativos para comunicar persuasivamente. Esta capacidad, ha sido la menos desarrollada por los alumnos en las actividades atendiendo a las respuestas recogidas (diferencia de 0,25 puntos), pero no por ello ha dejado de recibir una óptima valoración. Esto descansa en la consideración del teórico Glaser (1983), que defiende el trabajo y la formación grupal como uno de los grandes retos psicopedagógicos que evoluciona, y al que hay que adaptarse y dar respuesta, a cada tiempo.

Utilizando la plataforma Google Forms para la recogida de datos sobre la situación del contexto y la enseñanza educativa, vamos a analizar la opinión contrastada de los autores, en vinculación al estudio de la correlación con las hipótesis planteadas y verificadas.

Hipótesis 1: La aplicación de la actividad SCAMPER, sustentada en el desarrollo de la capacidad resolutive, mejora la capacidad creativa del alumno en el desarrollo de la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O.

Hipótesis 3: La aplicación de la WebQuest, sustentada en el desarrollo de la capacidad resolutive, mejora la capacidad creativa del alumno en el desarrollo de la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O.

Atendiendo al análisis del bloque 2 y los resultados mostrados en la pregunta P2a, podemos afirmar que las actividades WebQuest y SCAMPER promueven el pensamiento creativo en clave resolutive con un peso valorativo de 9,1 y 7,75 puntos respectivamente, siendo la mejora creativa que ofrece esta actividad más que notable.

Tomando esta valoración en contraste con la media aritmética del estudio de la pregunta 3 formulada en la ilustración 4, en el que los alumnos se conciben a sí mismos con un peso de 2 puntos sobre 5 atendiendo a la valoración de la capacidad resolutoria, se puede apreciar una gran evolución que se corresponde con lo aportado por Glasser (1983) y Heller (1992). Estos últimos, contrastan el impacto de la actividad SCAMPER como la implicación de razonamientos que trascienden y superan la rutina y la fijación funcional, así como la definición clara del problema y la búsqueda activa, comparativa y resolutoria en favor de nuevas decisiones.

Hipótesis 2. La aplicación de la dinámica de Analogías, sustentada en el desarrollo de la aportación de valor añadido y el trabajo y la extracción grupal de conclusiones, mejora la capacidad creativa del alumno en el desarrollo de la materia Iniciación a la Actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O.

Los resultados obtenidos en el bloque tres, en contraste con la valoración recogida en la pregunta P1b, permiten corroborar que la actividad de Analogías lidera la mejora creativa con un peso valorativo de 8,85 puntos, más concretamente en referencia a la aportación de valor añadido generando situaciones, reflexiones y reencuadres de paradigmas interesantes y sugerentes. Este análisis, se corresponde con lo aportado por López y Cols (2004) en referencia al conjunto de habilidades que cada persona dispone para la generación de una autonomía y una autosuficiencia que, matizada con la aportación de Aguilera (2012), provoca la mejora en el modelo operativo de una organización o colectivo social a partir de cambios productivos, tecnológicos y de planificación funcional o de nuevos elementos.

Hipótesis 4: Las actividades de Edutainment Ethica y BCE games, sustentadas en el desarrollo de la capacidad de trabajo grupal con el fin de ser una factoría de ideas y entretenimiento, mejora la capacidad creativa del alumno en el desarrollo de la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O.

Los resultados obtenidos en la pregunta P3c de la encuesta de evaluación, muestran que el Edutainment (9,45 puntos) es la actividad mejor valorada para el desarrollo de la capacidad de desempeño grupal, siguiendo la línea de aprendizaje colaborativo que el centro tiene implantada. Esta idea descansa en las aportaciones de Figueras (2013), que fundamenta que toda actividad tendrá una mayor utilidad, en la medida que se fomente una intensa interacción que permita las sinergias como máximo exponente de un aprendizaje conjunto entre sujetos. El hecho de que la actividad de

Edutainment haya sido valorada como la preferida por los educandos objeto de estudio, tiene su justificación en lo aportado por Figueras (2013), al mencionar este último que la persuasión permite clarificar situaciones de conflicto con mayor agilidad y clarividencia, en la misma vertiente que lo defendido anteriormente por Newel (1972) en lo relativo a la capacidad resolutoria.

Hipótesis general: La aplicación de 4 modelos diferentes de actividades, sustentados conjuntamente en el desarrollo de la capacidad resolutoria de problemas/conflictos, de aportación de valor añadido a un proceso, producto o idea y en la gestación del trabajo en grupo y sinergias, mejora la capacidad creativa del alumno en el desarrollo de la materia Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial de 4º de la E.S.O.

Finalmente, se puede afirmar que estos resultados cumplen, en primer lugar, lo defendido por Torrance (1969) en su aportación “Orientación al talento creativo” en el que defiende, como base de la enseñanza en el aula, que cualquier enfoque con base creativa muestra una tendencia mayor al desarrollo de las capacidades del alumno y sus resultados. Si apreciamos los resultados de las encuestas y entrevistas analizadas en el marco teórico, se puede defender lo expuesto por Maslow (1985) en “La personalidad creadora”, el cual afirma que es necesario orientar la formación de los educandos y de los docentes en materia creativa, con el fin de que se enfrenten a escenarios que permitan el desarrollo de sus capacidades y su saber hacer, (configurando el contexto, el proceso y la enseñanza creativa) en un sentido que trascienda la propia formación del carácter en relación a sus motivaciones y contextos. Los educadores se encuentran, por tanto, al frente de la opción de ignorar o atender estos procesos que tienen notable acogida, impacto y resultado en los educandos.

6. Limitaciones y prospectiva de futuro

Las limitaciones que presenta el proyecto, a la hora de dar mayor crédito y viabilidad a la propuesta de estudio son:

- Imposibilidad de poner en práctica la intervención en el grado que requería el estudio por falta de medios y de tiempo.
- Derivada de la anterior, el estudio de campo se tendría que haber realizado con una muestra de mayor volumen. Se ha tenido en cuenta, exclusivamente, una muestra no representativa de 20 alumnos (el total de la clase) de un centro concertado.
- Las actividades se han aplicado parcialmente sobre temas concretos y de diferentes bloques de la materia. Un estudio completo, hubiese requerido la aplicación de actividades en cada una de las unidades didácticas (a lo largo de un curso escolar) para medir una mejora creativa más concreta.

Las propuestas y líneas de investigación potenciales de futuro que se derivan del presente trabajo, se pueden concretar en:

- Propuesta y diseño de actividades para la mejora creativa de actividades del área de Economía y Economía de la empresa, con el fin de dotar al alumno de competencias intraempresariales de cara a su inmediatez laboral o de estudios superiores. Sería dar continuidad a la investigación en otros niveles educativos de la rama.
- Debido a la gran acogida y buena valoración por parte de los alumnos, llevar a cabo el análisis y el estudio del diseño y desarrollo de actividades prácticas de Edutainment, en cualquiera de las materias de la rama.
- En relación a las tres capacidades verificadas en el proyecto, se pueden dar nuevas líneas de investigación en relación al desarrollo de las capacidades y las formas de agrupamiento flexible.

- Finalmente, otra posible vía de investigación, sería estudiar qué metodologías favorecen en mayor medida la base creativa demostrada en el actual trabajo.

7. Bibliografía

7.1. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, L.E. (2012). Innovar con ingenio de una Pyme. *Plataforma Imype*. España. Recuperado el 3 de Junio de 2016 de: <http://www.imype.net/contenido/innovar-con-ingenio-en-una-pyme.aspx>
- Ausubel, D. P. (1963). The psychology of meaningful verbal learning. *Review of Educational Research*. American Educational Research Association Vol. 48, No. 2 (Spring, 1978), pp. 251-257.
- Barron, F. (1976). *Personalidad creadora y proceso creativo*. Madrid. Ediciones Marrova.
- Bustamante, R. (2015). ¿Qué es creatividad y qué hace a una persona creativa? ¿Qué bloquea la creatividad y cómo generar ideas creativas? *Web Gestiópolis*. Recuperado el 6 de Junio de 2016 de: <http://www.gestiopolis.com/que-es-creatividad-que-hace-a-una-persona-creativa-que-bloquea-la-creatividad-como-generar-ideas-creativas>.
- Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional (2009). Manifiesto. Creativity and Innovación. *CEDEFOP European Year 2009*. Recuperado el 8 de Junio de 2016 de: www.cedefop.europa.eu/files/2009_kss_.pdf.
- De Bono, E. (1999). *El pensamiento creativo, el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. México. Editorial Paidós.
- Esquivias, S. (2004) Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones. *Revista Digital Universitaria*, 5 . Recuperado el 20 de Mayo de 2016 de: http://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art4/ene_art4.pdf.
- Figueras, M. (2013). ¿Qué es la comunicación persuasiva? *Figuera Bofill Psicòlogues*. Recuperado el 4 de Junio de 2016 de: <https://figuerasbofill/2013/03/23/que-es-la-comunicacion-persuasiva/>.
- Glaser, R. (1983) Fundamentación de un método de enseñanza basado en la resolución de problemas. Teaching problem solving through cooperative grouping. *Revista de educación número 282*. pp. 151-160. Recuperado el 2 de Junio de 2016 de: http://www.physics.emory.edu/faculty/weeks//journal/Heller_AJP_91a.pdf

- Guilford, J. P. (1950). *La creatividad. Las tres caras del intelecto*. American Psychologist. Madrid. Ediciones Narcea.
- Gutiérrez Vélez, E. et al. (2012). Técnicas creativa. *Proyéctate ahora*. Recuperado el 29 de Mayo de 2016 de: <http://www.proyectateahora.com>.
- Herrandis, B. y Cabello, M. (2010). II Técnica de Creatividad. Las analogías. *Revista innovamás*. Recuperado el 25 de Mayo de 2016 de: <http://revistainnovamas.blogspot.com.es/2010/01/ii-tecnica-de-creatividad-las-analogias.html>
- López, F. y Cols (2004). La autonomía como capacidad y como derecho. *Web ACP Gerontología*. Recuperado el 13 de Mayo de 2016 de: <http://www.acpgerontologia.com/acp/decalogodocs>
- López, B. S., & Recio, H. (1998). *Creatividad y pensamiento crítico*. ITESM. Universidad Virtual.
- Marina, J.A. (2004). *La inteligencia fracasada: Teoría y práctica de la estupidez*. p.81. Colección Argumentos. Anagrama.
- Martínez- Otero, V. (2005). Rumbos y desafíos en Psicopedagogía de la Creatividad. *Revista Complutense de Educación*, 16. pp. 169-181. Recuperado el 15 de Mayo de 2016 de: <http://revistas.ucm.es>
- Maslow, A. (1985). *La personalidad creadora*. Barcelona. Editorial Kairós.
- Mitjans Martínez, A. (1995). *Creatividad, personalidad y educación*. La Habana. Editorial Pueblo y Educación.
- Muñoz, N. (2013). El intraemprendedor. *Web Emotools*. Recuperado el 7 de Junio de 2016 de: <http://www.emotools.com/contents/articulos-y-blogs/nacho-munoz>
- Muñoz de la Peña, F. (2002). Desarrollo y elaboración de una Webquest. *Aula21.net*. Recuperado el 12 de Junio de 2016 de: <http://www.aula21.net>.
- Navarro, J. (2008). *Mejora de la creatividad en el aula de primaria*. Tesis doctoral. Universidad de Murcia. Murcia. Recuperado el 10 de Junio de 2016 de: <http://digitum.um.es/xmlui/>

- Newell, A. (1972). *Human problem solving 9, vol. 104*. Englewood Cliffs. NJ, Prentice-Hall.
- Ojeda, J. (2008) Producto creativo. *Blog Tiéntate*. Recuperado el 8 de Junio de 2016 de: <http://tientate.blogspot.com/2008/03/creatividad-y-producto-creativo.html>
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, OECD (2011). *PISA products*. Recuperado el 10 de Junio de 2016 de la página web: <https://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/pisainfocus/49359322.pdf>
- Prado, D. (2001). *La creatividad, motor de la renovación esencial de la educación*. Educrea. Universidad de Santiago de Compostela. Servicio de Publicaciones.
- Real Academia Española (2001). Creatividad. *Diccionario de la lengua española (23^o ed.)*. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 de <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>.
- Robinson, K. (2009). *Las escuelas matan la creatividad*. TED 2006. [vídeo] Youtube.
- Rodríguez, J. (2011). *Iniciativa Emprendedora. Apuntes tema 1, El espíritu emprendedor*. Material no publicado.
- Sande, J. (2016). *Iniciación a la Actividad emprendedora y empresarial (actualización LOMCE)*. Material no publicado.
- Sátiro, A. (2001) Creatividad y educación reflexiva, un artículo para dialogar. *Web CrearMundos*. Recuperado el 12 de Junio de 2016 de: http://www.creamundos.net/Edu_Creatividad_Educacion.htm
- Simon, H. (1972). *La resolución de problemas*. Enseñanza de las Ciencias, 11, 170-178. Dipòsit digital de documents de la UAB.
- Torrance, E.P. (1969). *Orientación del talento creativo*. Buenos Aires. Editorial Troquel.
- Zaiter, J., Ridao, A. y Robinson J. E. (2004). ¿Cómo educar la creatividad en el contexto actual? Volumen 0. *Intangilbecapital Web*. Recuperado el 23 de Mayo de 2016 de: <http://www.intangilbecapital.org>.

7.2. BIBLIOGRAFÍA

- Aldana, G. (1985). *Itinerario de la creatividad*. Facultad de Psicología. Universidad Javeriana. Bogotá.
- Aluni, R. Penagos, J.C. (2000). Creatividad, una aproximación. *Creatividad 2000. Revista Psicología. Edición Especial*. Universidad de las Américas-Puebla.
- Amestoy de Sánchez, M. (1991). *Desarrollo de habilidades de pensamiento: Creatividad. Guía del instructor*. México, D. F.: Trillas e ITESM
- Artiles, C. García, E. Jiménez J.E. y Rodríguez, C. (2007). Adaptación y baremación del test de pensamiento creativo de Torrance: Expresión figurada. Educación Primaria y Secundaria. *Canarias: Consejería de educación, cultura y deportes del gobierno de Canarias. Dirección General de Ordenación e Innovación Educativa*.
- Artiles, C. García, E. Jiménez J.E. y Rodríguez, C. (2007). PVEC4. Prueba verbal de creatividad. Baremos para la Educación Primaria y Secundaria Obligatoria. *Canarias: Consejería de educación, cultura y deportes del gobierno de Canarias. Dirección General de Ordenación e Innovación Educativa*.
- Blázquez, A. (2009). Educación y creatividad. Innovación y experiencias educativas, 14. *Plataforma CSI-CISF*. Recuperado el 3 de Junio de 2016 de: http://www.csi-cisf.es/andalucia/modules/modense/revista/pdf/Numero_14/ANTONIO_BLAZQUEZ_1.pdf.
- Chacón, Y. (2005). Una revisión crítica del concepto de creatividad. *Actividades investigativas de educación*, 5. Recuperado el 10 de Junio de <http://revista.inie.ucr.ac.cr/buscararticulos/controlador/Article/accion/show/articulo/una-revision-critica-del-concepto-de-creatividad.html>.
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad: el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona. Ediciones Paidós.
- De la Torre, S. (1982). *Educación en la creatividad: recursos para desarrollar la creatividad en el medio escolar*. Madrid. Editorial Nacea.
- De la Torre, S. (2003). *Dialogando con la creatividad: de la identificación a la creatividad paradójica*. Barcelona. Editorial Octaedro.

- De la Torre, G., Rodríguez, P. (2009). Autorrealización, creatividad y formación de profesoras. Educación y futuro. *Revista de investigación aplicada y experiencias educativas*. N^o 21.
- Elisondo, R., Donolo, D. y Corbalán, J. (2009). Evaluación de la creatividad: ¿Relaciones con inteligencia y personalidad? *Ridep*, 28, pp. 37-79. Recuperado el 6 de Junio de 2016 de http://www.aidep.org/03_ridep/R28/r284.pdf
- Fustier, M. (1975). *Pedagogía de la creatividad*. Madrid. Editorial Index.
- Gardner, H. (1995). *Mentes creativas, una anatomía de la creatividad*. Barcelona. Editorial Paidós.
- Golema, D., Kaufman, P. y Ray, M. (2009) *El espíritu creativo*. Trad. Corgatelli, R.S. Barcelona. Editorial Zeta Bolsillo.
- Gervilla, A. (1987). Creatividad, inteligencia y rendimiento escolar. Ed. *Universidad de Málaga*. Recuperado el 2 de Junio de 2016 de: <http://www.uma.es>
- Heras, A., Merchés, B., Ruiz, J., Cabrera, J. y Herrán, A. (2010). *Apuntes de pedagogía. La creatividad en la enseñanza*. Recuperado el 21 de Mayo de 2016 de: <http://www.cdlmadrid.org/cdl/htdocs/boletines/encartes/apuntespedagogia3.pdf>. Material no publicado.
- Herrán, A. (2008). *Capítulo 8: Didáctica de la creatividad*. En Herrán, A. y Paredes, J. McGraw-Hill. Recuperado el 1 de Junio de 2016 de: http://www.uam.es/personal_pdi/fprofesorado/agustind/textos/didcreat.pdf.
- Huidobro, S. (2004). Una definición de la creatividad a través del estudio de 24 autores seleccionados. *Plataforma web Eprints UCM*. Recuperado el 26 de Mayo de 2016 de: <http://eprints.ucm.es/4571/1/T25705.pdf>.
- Landau, E. (1987). *El vivir creativo: Teoría y Práctica de la creatividad*. Barcelona. Editorial Herder.
- López, O. (2001). *Evaluación y desarrollo de la creatividad*. Tesis Doctoral. Universidad de Murcia. Murcia.
- Marina, J. A. (1993) *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona. Editorial Anagrama.

- Marin, R., De la Torre, S. (1991). *Manual de la Creatividad. Aplicaciones educativas*. Barcelona. Editorial Vicens Vives.
- Martínez, O. L. (2008). Enseñar creatividad. El espacio educativo. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy*, 35, pp. 61-75. Recuperado el 6 de Junio de 2016 de: <http://laespiral.momoescuela.org/wp-content/uploads/2014/01/El-espacio-Educativo.pdf>
- Martínez-Otero, V. (2005). Rumbos y desafíos en Psicopedagogía de la Creatividad. *Revista Complutense de Educación*, 16, pp 169-181. Recuperado el 29 de Mayo de 2016 de <http://revistas.ucm.es/> /article/view/RCED0505120169A.
- Marina, J. A. (2004). *Elogio y refutación del ingenio*. Barcelona. Editorial Anagrama.
- Marina, J. A. (1993). *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona. Editorial Anagrama.
- Motos, T. (1999). *Creatividad dramática*. Universidad de Santiago de Compostela. Material no publicado.
- Menchén, F. et al. (1981). *Creatividad y medios audiovisuales*. Valladolid. Editorial Miñón
- Prado, D. (1975). *Desarrollo de aptitudes clave y la productividad creativa como alternativa a la enseñanza tradicional. La formación del profesorado*. Madrid. Editorial Santillana.
- Penagos, J. y Aluni, R. (2000). Creatividad, una aproximación. *Revista Psicología. Edición Especial Año 2000*, pp. 1-9. Recuperado el 11 de Junio de 2016 de: <http://inteligenciacreatividad.com/recursos/revista-psicologia/revista-psicologia-2/index.html>.
- Prado, D. (1987). *Manual de activación creativa. Enseñar y aprender con la imaginación*. CEC. Santiago. Editorial Lubricán.
- Prado, D. (1987). *Solución creativa de problemas*. CEC. Santiago. Editorial Lubricán.
- Prado, D. (1991). *Interpretación del medio a través de la creatividad*. UNED. Madrid.


- Prado, D. (1988). *Técnicas creativas y lenguaje total*. Madrid. Editorial Narcea.
- Prado, D. (1991). *Interpretación del medio a través de la creatividad*. UNED. Madrid.
- Perez García, A. (2013). Creatividad y Educación. Formación del profesorado para educar en la creatividad. *Creatividad y Sociedad*, 21. Recuperado el 3 de Junio de 2016 de: <http://www.creatividadysociedad.com/articulos/21/Editorial.pdf>.
- Runco, M.A. y Sakamoto, S.O. (1999). Experimental studies of creativity. *Cambridge University Press*. New York.
- Romo, M. (1997). *Psicología de la Creatividad*. Barcelona. Editorial Paidós Ibérica.
- Rodríguez, M. (1995). *Mil ejercicios de creatividad*. México. Editorial McGraw Hill.
- Torrance, E.P. (1962). "Guiding creative talent". New Jersey. *Englewood Cliffs*. Editorial Prentice Hall.
- Torrance, E.P. (1966). Torrance Tests of Creative Thinking. *Personnel Press*.
- Torrance, E. P. (1974). The Torrance test of creative thinking. Norms-technical manual. *Bensenville IL*, Scholastic Testing Service.
- Torrance, E.P. (1975). *Test para evaluar las habilidades creativas. Estrategias para la creatividad*, pp. 159-174. Buenos Aires. Editorial Paidós.
- Torre, S de la. (1991). *Evaluación de la creatividad*. Madrid. Escuela Española.
- Torre, S. (1978). *Creatividad, teoría y práctica*. Facultad de Filosofía y CC. de la Educación. Barcelona.

8. Anexos

8.1. ANEXO I: FICHAS UTILIZADAS PARA LA DINÁMICA DE ANALOGÍAS.

Ilustración 76: Ficha 1 de la actividad Analogías.

ABRIGO



- *El abrigo es una prenda de vestir que nos ayuda a guardar la temperatura corporal en la intemperie.*
- *Suele ser un indicador de posición social.*
- *Nos permite guardar los diferentes utensilios que solemos utilizar en el día a día.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 77: Ficha 2 de la actividad Analogías.

Vicente del Bosque




- *Reconocido socialmente como figura y referente de humildad, sacrificio, trabajo y dedicación.*
- *Él mismo ha afirmado en varias ocasiones que su forma de ser y trabajar es fruto de los valores cultivados en familia.*
- *La estrategia y la preparación minuciosa en grupo son sus claves de éxito.*




Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 78: Ficha 3 de la actividad Analogías.

AGUA



- *El agua es necesario para que sea posible la vida.*
- *Es transparente en su estado puro.*
- *Tiene la capacidad de reflejar lo que se proyecta sobre el mismo.*
- *Es incolora, insípida e inodora.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 79: Ficha 4 de la actividad Analogías.

ANDAMIO



- *El andamio es un instrumento de obra que nos permite acceder a los niveles más elevados de una construcción.*
- *Su estructura guarda por sí mismo un equilibrio perfecto para evitar accidentes.*
- *Se trata de una construcción provisional y modular.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 80: Ficha 5 de la actividad Analogías.

ARCILLA



- *La arcilla permite un alto grado de plasticidad en combinación con el agua.*
- *Adquiere dureza y rigidez a más de 800 °C.*
- *Ha sido un gran elemento de construcción a lo largo de la historia.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 81: Ficha 6 de la actividad Analogías.

ARCO IRIS



- *El arcoíris es un fenómeno óptico resultante de la descomposición de la luz blanca.*
- *La propia luz se descompone dentro de las partículas de agua.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 82: Ficha 7 de la actividad Analogías.

BONSAI



- *El cuidado y estado del bonsai es una prolongación de la espiritualidad.*
- *Simboliza estilo y armonía con la naturaleza.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 83: Ficha 8 de la actividad Analogías.

GEISER



- *Columnas de vapor y agua caliente que entran en erupción en una media de 15 minutos.*
- *Su fuerza se encuentra actualmente en estudio, puesto que es una fuente energética potencial.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 84: Ficha 9 de la actividad Analogías.

GPS




- *Indicador visual sobre el trayecto a seguir, así como las características del entorno próximo.*
- *Por medio de indicaciones auditivas, podemos prestar 100% de atención a la conducción.*
- *Podemos ir a cualquier parte sin necesidad de conocer previamente los accesos o rutas posibles.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 85: Ficha 10 de la actividad Analogías.

GUARDIA SUIZA



- *Su estado civil debe ser soltero.*
- *Mínimo 1.74 m de estatura.*
- *Edad actual entre 19 y 30 años de edad.*
- *Poseedores de un título profesional o grado de secundaria.*
- *Su fe debe ser católica.*
- *Poseedores de la ciudadanía suiza.*
- *Haber cumplido una instrucción básica en las Fuerzas Armadas Suizas y haber obtenido certificados de buena conducta.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 86: Ficha 11 de la actividad Analogías.

GUEPARDO



- *Es el animal terrestre más veloz (95-115 km/h).*
- *Su elevado grado de visión le permite una caza estratégica y planificada.*
- *Posee el corazón más grande dentro de todos los felinos.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 87: Ficha 12 de la actividad s.

MISIONEROS



- *Elevado grado vocacional.*
- *Su objetivo es promover y activar el desarrollo de países en situación precaria.*
- *Su interés se centra en el servicio social sin ánimo de lucro.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 88: Ficha 13 de la actividad Analogías.

NICK VUJICIC



- *El mejor orador motivacional de todos los tiempos por medio de su testimonio personal.*
- *La filosofía que subyace bajo sus conferencias está basada en escuchar, conocer, emprender y dar vida a los retos que articulan la vida.*
- *Gran cantidad de proyectos iniciados en los cinco continentes en base a la orientación y a la esencia de amar y apreciar la vida.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 89: Ficha 14 de la actividad Analogías.

ORQUESTA



- *La formación en orquesta permite la ejecución de piezas en armonía elaborada.*
- *Para que una orquesta funcione, es clave promover sensaciones de confianza y buen ambiente entre sus miembros.*
- *La compenetración y la integración son los valores más preciados que debe poseer.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.
Ilustración 90: Ficha 15 de la actividad Analogías.

PSICÓLOGO



- *El psicólogo es una figura importante que nos ayuda a conocer y a entender nuestras sensaciones y emociones.*
- *La psicología necesita de gran información sobre la tendencia y los comportamientos de la sociedad a nivel individual y colectivo.*
- *Los grandes resultados obtenidos en este campo, vienen marcados por el refuerzo de la consideración personal.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

ROBOT INTELIGENTE



- *Reduce el esfuerzo de labores domésticas.*
- *Detecta focos de suciedad que el ojo humano no aprecia.*
- *Es autosuficiente para activarse y detenerse cuando sea necesario.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.
Ilustración 92: Ficha 17 de la actividad Analogías.

SMARTPHONE




- *Su gran número de aplicaciones permite desarrollar varias herramientas en un mismo dispositivo.*
- *Es posible estar conectado las 24 horas a la red y obtener información en tiempo real.*
- *Facilita las más variadas formas de comunicación social (hablar, chatear, mensaje, estados).*




Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 93: Ficha 18 de la actividad Analogías.

THERMOMIX



- *Requiere la combinación precisa de ingredientes para la elaboración de platos.*
- *Agiliza procesos intermedios y facilita la medición exacta de tiempos.*
- *Permite comer sano y variado de forma rápida.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 94: Ficha 19 de la actividad Analogías.

VIDEOCONSOLA



- *Suponen el principal foco de entretenimiento de nuestro país.*
- *Permite adentrar en realidades virtuales (ir más allá de la realidad).*
- *Da rienda suelta a nuestra imaginación y creatividad (combinación de movimientos para lograr un objetivo).*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

Ilustración 95: Ficha 20 de la actividad Analogías.



VINO

- *Requiere costosos, duraderos y minuciosos cuidados.*
- *Reconocer y adquirir competencias en este campo requiere agudizar los sentidos.*
- *Constituye el factor de primera buena impresión más influyente en grandes eventos.*



Fuente: Elaboración propia de las fichas proyectadas con la herramienta Power Point.

8.2. ANEXO II: DOCUMENTO RESUMEN DE LA ACTIVIDAD DE INVESTIGACIÓN WEBQUEST.

Ilustración 96: Introducción, tarea y proceso de la WebQuest sobre el contrato único.

El contrato único

Autor: Miguel Ángel Alonso

Área: Iniciación a la Actividad Empresarial y Emprendedora

E-mail: miguelangelalonsosantiago@gmail.com

Nivel: 4º Educación Secundaria Obligatoria

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la sociedad vive sumida en una profunda crisis económica y laboral. Una de las medidas de la que hablan muchos partidos y programas políticos es el contrato único, una nueva realidad y legislación que puede condicionar tu futuro. Vamos, por tanto, a investigar de qué se trata y a conocer a fondo los rincones de este nuevo formato de contrato de trabajo. De esto depende tu futuro así que... ¡adelante!

TAREA

La tarea consiste en conocer en profundidad: 1- ¿Qué es el contrato único? 2- Características. 3- GRAN PREGUNTA: ¿En qué se concreta la reforma española? 4- Posibles impactos de la introducción de la reforma contractual. 5- Opinión personal sobre el tema. 6- Entregar un documento con 4 caras máximo sobre las preguntas formuladas. El documento será grupal, y tendrá que ser expuesto por cada grupo al resto de la clase.

PROCESO

1- Recopilación de información de la red. Se proporcionarán a los alumnos unos enlaces orientados para la búsqueda, pero será el propio alumno el que aprenda a entender y a comparar conjuntamente los enlaces, con el fin de formar un concepto elaborado por sí mismo. 2- Puesta en común en grupos de aprendizaje cooperativo (4 personas). Contrastar la información ayudará a resolver determinadas fisuras y enriquecer el conocimiento de forma exponencial.

Fuente: Elaboración propia a través de la plataforma Aula21

Ilustración 97: Recursos, evaluación y conclusión de la WebQuest sobre el contrato único.

RECURSOS

Los sitios para consulta son los siguientes.

Blog Salmón - <http://www.elblogsalmon.com/entorno/el-contrato-unico-de-ciudadanos-es-hacer-a-todo-el-mundo-precario>

Politikon - <http://uncontratoparaemplearlosatodos.es/>

Diario ABC - http://www.abc.es/economia/abc-contrato-unico-o-reduccion-coste-despido-para-empresas-201512141357_noticia.html

Diario EconoNuestra - <http://blogs.publico.es/econonuestra/2016/01/13/por-que-el-contrato-unico-es-una-mala-idea/>

ModeloContrato - <http://www.modelocontrato.net/contrato-unico-de-trabajo.html>

EVALUACIÓN

Se pondrá especial atención a la gran pregunta 5/10. En esta los alumnos tendrán que sintetizar la implantación en el sistema laboral español de dicha reforma. Las otras 5 preguntas, se valorarán 1/10. Se tendrá en cuenta el grado de veracidad del contenido, la redacción, la argumentación y la capacidad explicativa de la cuestión fundamental.

CONCLUSIÓN

Reflejada en el punto 6 "opinión personal sobre el tema". La opinión deberá ir orientada en relación a la materia trabajada y a los impactos de la potencial reforma.

Fuente: Elaboración propia a través de la plataforma Aula21.

8.3. ANEXO III: CUESTIONARIO A LOS ALUMNOS DE 4º DE LA E.S.O. QUE CURSAN LA MATERIA INICIACIÓN A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y EMPRENDEDORA EN EL CENTRO CONCERTADO OBJETO DE ESTUDIO.

Ilustración 98: Cuestionario inicial educandos.

Cuestionario a los alumnos de 4º de la E.S.O. que cursan la materia Iniciación a la actividad empresarial y emprendedora en el centro concertado objeto de estudio.

Análisis de situación inicial de los alumnos en materia creativa en vinculación al contexto, proceso y enseñanza educativa.

1. P1 - Contemplando de forma general sus opciones de futuro, estas pasan principalmente por:

Marca solo un óvalo.

- Constitución de una organización empresarial.
 Otras salidas laborales vinculadas a la rama de la economía o iniciativa emprendedora.
 Otras salidas laborales no vinculadas a la rama de la economía o iniciativa emprendedora.

2. P2 - Como parte activa y protagonista del proceso de aprendizaje, ¿está satisfecho con la disposición y la oferta del sistema educativo español actual?

Marca solo un óvalo.

- Sí.
 No.
 No sabe o no contesta.

3. P3 - En el marco laboral actual, una de las competencias más valoradas es la creatividad como eje fundamental para la resolución de problemas. ¿Contribuye el sistema educativo español actual a esta demanda del mercado laboral?

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucho

4. P4 - En el marco laboral actual, una de las competencias más valoradas es la creatividad como eje fundamental para la aportación de valor añadido (a un producto, proceso o idea) ¿Contribuye el sistema educativo español actual a esta demanda del mercado laboral?

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucho

5. P5 - En el marco laboral actual, una de las competencias más valoradas es la creatividad como eje fundamental para maximizar el desempeño grupal. ¿Contribuye el sistema educativo español actual a esta demanda del mercado laboral?

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucho

6. P6 - ¿Considera que la resolución de problemas, la aportación de valor añadido y el desempeño grupal, desde la creatividad, son capacidades que se deben fomentar en el 4º curso de la etapa secundaria obligatoria?

Marca solo un óvalo.

- Sí.
 No.
 No sabe o no contesta.

7. P7 - ¿Considera que la resolución de problemas, la aportación de valor añadido y el desempeño grupal, desde la creatividad, son capacidades que se deben fomentar en la materia de Iniciativa Emprendedora del 4º curso de la etapa secundaria obligatoria?

Marca solo un óvalo.

- Sí.
 No.
 No sabe o no contesta.

8. P8 - ¿Se considera usted una persona creativa?

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco creativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy creativa

9. P9 - ¿Se considera usted una persona resolutiva?

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco resolutiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy resolutiva

10. P10 - ¿Se considera usted una persona que aporta valor añadido a los productos, procesos e ideas?

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Aporta poco valor añadido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aporta mucho valor añadido

11. P11 - ¿Se considera usted una persona capaz de trabajar en grupo de forma eficiente?

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poca capacidad para trabajar en grupo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Gran capacidad para trabajar en grupo

12. P12 - ¿Cuáles de las siguientes estrategias de aprendizaje/actividades ha utilizado (o a participado de ellas) alguna vez en su proceso educativo?

Marca solo un óvalo.

- Subrayado.
 Mapa conceptual.
 Mapa mental.
 Esquemas.
 Trabajos monográficos
 Ninguna de las anteriores

13. P13 - ¿Cuáles de las siguientes estrategias de aprendizaje/actividades ha utilizado (o a participado de ellas) alguna vez en su proceso educativo?

Marca solo un óvalo.

- Aprendizaje basado en problemas
 Scamper
 Analogías
 Webquest
 Edutainment
 Ninguna de las anteriores

14. P14 - ¿Con qué frecuencia hace uso de las estrategias marcadas en la pregunta 12 (P12)?

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Frecuentemente

15. P15 - ¿Con qué frecuencia hace uso de las estrategias marcadas en la pregunta 13 (P13)?

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Frecuentemente

16. P16 - ¿Cree que en los centros educativos se enseñan estrategias de aprendizaje a los educandos?

Marca solo un óvalo.

- Sí, pero solo las estrategias incluidas en la pregunta 12 (P12).
 Sí, se enseñan las estrategias incluidas en el grupo de preguntas 12 y 13 (P12 y P13).
 No, no se enseñan estrategias de aprendizaje.

17. P17 - ¿Cree que en su centro educativo se enseñan estrategias de aprendizaje a los educandos?

Marca solo un óvalo.

- Sí, pero solo las estrategias incluidas en la pregunta 12 (P12).
 Sí, se enseñan las estrategias incluidas en el grupo de preguntas 12 y 13 (P12 y P13).
 No, no se enseñan estrategias de aprendizaje.

18. P18 - ¿Cree que en la materia Iniciativa Emprendedora se enseñan estrategias de aprendizaje a los educandos?

Marca solo un óvalo.

- Sí, pero solo las estrategias incluidas en la pregunta 12 (P12).
- Sí, se enseñan las estrategias incluidas en el grupo de preguntas 12 y 13 (P12 y P13).
- No, no se enseñan estrategias de aprendizaje.

19. P19 - ¿Tiene conocimiento sobre las estrategias de aprendizaje del grupo de preguntas 13 (P13)?

Marca solo un óvalo.

- Sí.
- Lo conozco conceptualmente o de forma superficial.
- No.

20. P20 - En el caso de no conocer las estrategias del grupo de preguntas 13 (P13), dedique unos segundos a conocer qué pretende cada estrategia; una vez realizado... ¿considera que puede ser útil la enseñanza de estas estrategias de aprendizaje a los educandos? (orientado a estudios superiores o inmediatez laboral).

Marca solo un óvalo.

- Sí.
- No.
- No sabe o no contesta.

8.4. ANEXO IV: CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PROPUESTAS.

Ilustración 99: Cuestionario de evaluación de las actividades para la mejora creativa.

Cuestionario de evaluación de actividades creativas para la materia de Iniciación a la Actividad Emprendedora y Empresarial de 4º de Educación Secundaria Obligatoria.

1. P1 - Valore en una escala de 0 a 10 la actividad Analogías

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
No me ha parecido útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Me ha parecido muy útil

2. P1a - Valore la contribución de la actividad Analogías al desarrollo de su capacidad resolutoria de conflictos o problemas.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

3. P1b - Valore la contribución de la actividad Analogías al desarrollo de su aportación de valor añadido en procesos, ideas o productos.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

4. P1c - Valore la contribución de la actividad Analogías al desarrollo de la capacidad para trabajar en grupo y maximizar las posibilidades de aprendizaje.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

5. P2-Valore en una escala de 0 a 10 la actividad Scamper

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
No me ha parecido útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Me ha parecido muy útil

6. P2a - Valore la contribución de la actividad Scamper al desarrollo de su capacidad resolutoria de conflictos o problemas.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

7. P2b - Valore la contribución de la actividad Scamper al desarrollo de su aportación de valor añadido en procesos, ideas o productos.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

8. P2c - Valore la contribución de la actividad Scamper al desarrollo de la capacidad para trabajar en grupo y maximizar las posibilidades de aprendizaje.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

9. P3 - Valore en una escala de 0 a 10 las actividades de Edutainment (Ethica y BCE games)

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
No me ha parecido útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Me ha parecido muy útil

10. P3a - Valore la contribución de las actividades de Edutainment (BCE games y Ethica) al desarrollo de su capacidad resolutoria de conflictos o problemas.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

11. P3b - Valore la contribución de las actividades de Edutainment (BCE games y Ethica) al desarrollo de su aportación de valor añadido en procesos, ideas o productos.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

12. P3c - Valore la contribución de las actividades de Edutainment (BCE games y Ethica) al desarrollo de la capacidad para trabajar en grupo y maximizar las posibilidades de aprendizaje.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

13. P4 - Valore en una escala de 0 a 10 la actividad Webquest

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
No me ha parecido útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Me ha parecido muy útil

14. P4a - Valore la contribución de la actividad Webquest al desarrollo de su capacidad resolutoria de conflictos o problemas.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

15. P4b - Valore la contribución de la actividad Webquest al desarrollo de su aportación de valor añadido en procesos, ideas o productos.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

16. P4c - Valore la contribución de la actividad Webquest al desarrollo de la capacidad para trabajar en grupo y maximizar las posibilidades de aprendizaje.

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente

17. ¿Qué nota le pondría a la presente experiencia con las cuatro actividades creativas?

Marca solo un óvalo.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

8.5. ANEXO V: ENTREVISTAS AL DOCENTE TITULAR Y A LOS DOCENTES DEL DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA.

Ilustración 100: Entrevista al docente titular de la materia Iniciativa Emprendedora.

Encuesta al docente que imparte la materia de Iniciativa Emprendedora sobre el conocimiento y la aplicación de estrategias y actividades creativas en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

1. P1 - ¿Está satisfecho con el sistema educativo actual? ¿Qué aspecto/s cree usted que se deberían mejorar o potenciar?

2. P2 - ¿Cree usted que la creatividad es un aspecto fundamental en el contexto socio-laboral? ¿Por qué?

3. P3 - Como educador, ¿cree usted que la creatividad es un aspecto fundamental en el contexto educativo? ¿Por qué? En caso de respuesta afirmativa, ¿se fomenta lo suficiente en el proceso de enseñanza-aprendizaje?

4. P4 - ¿Se deberían tomar medidas o planes de acción en materia de creatividad dentro del contexto educativo? ¿De qué tipo?

5. P5 - En su desempeño como docente, ¿potencia la creatividad de los alumnos? ¿Cómo lo hace?

6. P6 - ¿Qué estrategias/actividades de aprendizaje para el desarrollo de la creatividad conoce?

7. P7 - Dentro de su plan de carrera profesional, ¿ha recibido algún tipo de formación vinculada con la creatividad? ¿lo considera necesario? En caso de respuesta afirmativa, ¿de qué tipo?

Ilustración 101: Entrevista con los docentes del departamento de Economía.

Encuesta a los docentes que imparten las materias de Economía y Economía de la Empresa sobre el conocimiento y la aplicación de estrategias y actividades creativas en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

1. P1 - ¿Está satisfecho con el sistema educativo actual? ¿Qué aspecto/s cree usted que se deberían mejorar o potenciar?

2. P2 - ¿Cree usted que la creatividad es un aspecto fundamental en el contexto socio-laboral? ¿Por qué?

3. P3 - Como educador, ¿cree usted que la creatividad es un aspecto fundamental en el contexto educativo? ¿Por qué? En caso de respuesta afirmativa, ¿se fomenta lo suficiente en el proceso de enseñanza-aprendizaje?

4. P4 - ¿Se deberían tomar medidas o planes de acción en materia de creatividad dentro del contexto educativo? ¿De qué tipo?

5. P5 - En su desempeño como docente, ¿potencia la creatividad de los alumnos? ¿Cómo lo hace?

6. P6 - ¿Qué estrategias/actividades de aprendizaje para el desarrollo de la creatividad conoce?

7. P7 - Dentro de su plan de carrera profesional, ¿ha recibido algún tipo de formación vinculada con la creatividad? ¿lo considera necesario? En caso de respuesta afirmativa, ¿de qué tipo?
