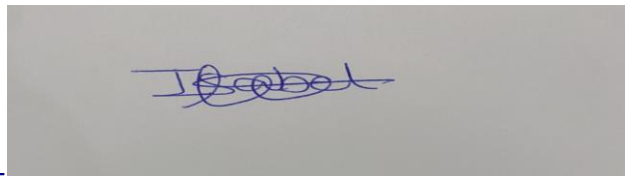




Proyecto de innovación: mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de FP de GS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

Trabajo Fin de Máster presentado por: Isabel Medina Hernández
Titulación: Máster en Dirección de centros educativos

Director/a: José Manuel Blanco Gómez



Madrid, 10/12/2025

Fdo. Isabel Medina Hernández

D./D^a: JOSÉ MANUEL BLANCO GÓMEZ
DNI: 30536951N

Profesor/a de la Facultad de Educación y Humanidades de la UFV

AUTORIZA a:

D./D^a: ISABEL MEDINA HERNANDEZ
DNI: 75166246S

A defender su Trabajo Fin de Máster con Título: Proyecto de innovación: mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de FP de GS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

En la próxima convocatoria prevista, siempre que cumpla con todos los requisitos descritos en la normativa.

Y para que conste, firma la presente en Córdoba a 13 de diciembre de 2025.

Fdo. JOSÉ MANUEL BLANCO GÓMEZ
D.N.I.:30536951N

Firmado por a26f25d2-8fc0-****-
a92a-****37*4**** el día
13/12/2025 con un certificado
emitido por
net+DC=windows+CN=MS-
Organization-
Access+OU=82dbaca4-3e81-46ca-
9c73-0950c1eaca97

DECLARACIÓN PERSONAL DE NO PLAGIO

Dña. Isabel Medina Hernández con NIF 75166246S estudiante del “Máster Universitario en Dirección y Gestión para la Calidad de Centros Educativos” de la Universidad de Francisco de Vitoria, curso 2025-2026 como autora de este documento académico, titulado: TRABAJO DE FIN DE MASTER (TFM): Proyecto de innovación: mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de FP de GS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

Y presentado como Trabajo Fin de Máster, para la obtención del título correspondiente,

DECLARO QUE

es fruto de mi trabajo personal, que no copio, que no utilizo ideas, formulaciones, citas integrales e ilustraciones diversas, sacadas de cualquier obra, artículo, memoria, etc., (en versión impresa o electrónica), sin mencionar de forma clara y estricta su origen, tanto en el cuerpo del texto como en la bibliografía.

Así mismo, soy plenamente consciente de que el hecho de no respetar estos extremos es objeto de sanciones universitarias y/o de otro orden.

En Madrid, a 10 de diciembre de 2025



Fdo.: Isabel Medina Hernández

AGRADECIMIENTOS

A mi tutor de prácticas, José Manuel Blanco Gómez, por guiarme en todo momento, estar siempre disponible y animarme en los momentos que me faltaban las fuerzas.

A mi familia, por su apoyo incondicional cuando les comuniqué que quería cursar el presente máster, a pesar de esto suponer otro obstáculo a la hora de poder recorrer los kilómetros que nos separan para poder vernos.

A mis alumnos, a todos los que he tenido en estos cinco años de experiencia docente, porque sin todo lo que me enriquecen no tendría motivos para seguir formándome y queriendo dedicarme a esta profesión.

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El objetivo del presente proyecto de innovación ha sido mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado de FP de la familia profesional de Comercio y Marketing, en concreto del alumnado del Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales mediante un aprendizaje basado en proyectos. Mediante esta metodología basada en realizar el proceso de enseñanza y aprendizaje del alumnado de manera simultánea extrapolada a la práctica, teniendo presente que la preparación práctica del alumnado le servirá en una doble vertiente: de cara a sus prácticas profesionales y a los trabajos que desempeñe en su carrera profesional una vez que acaba el ciclo formativo. En concreto se ha realizado un aprendizaje basado en proyectos para el alumnado de Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios comerciales para que una vez que finalicen su formación puedan aportar el valor añadido de la teoría y las actividades prácticas a la empresa en la cual realicen su formación y así puedan desarrollar las mismas de una manera más segura, dinámica y estar más involucrados en las mismas. Con todo se ha pretendido que sepan en todo momento identificar los contenidos a las situaciones prácticas, se sientan más cómodos y preparados y de ser capaces de resolver cualquier situación de una forma más eficaz y con una mayor seguridad. Este tipo de aprendizaje le ayuda a asentar las destrezas que debemos adquirir a lo largo de la vida, las llamadas competencias claves del ciclo formativo, además de poner en práctica todas aquellas que ya han adquirido con anterioridad en otros estudios de Primaria y Secundaria como son la competencia de comunicación lingüística, digital, competencia ciudadana, emprendedora, personal, social y de aprender a aprender, dando un sentido personal y social a los aprendizajes. El alumnado saca fuera del aula lo que aprende dentro de ella, porque el aprendizaje basado en proyectos puede ser la diferenciación que le permita abrirse nuevas oportunidades.

Palabras clave: Formación profesional (FP)/ Fase de Formación en Empresa (FFE)/ Aprendizaje Basado en Proyectos/ Innovación

ABSTRACT AND KEY WORDS

The objective of this innovation project is to improve the teaching and learning process for vocational training students in the Commerce and Marketing professional field through project-based learning. This methodology, based on the simultaneous teaching and learning process, is extrapolated to practical application, recognizing that the students' practical preparation will benefit them in two ways: for their professional internships and for the jobs they will perform in their professional careers after completing their training. Specifically, project-based learning will be implemented for students in the Higher Level Vocational Training program in Sales and Commercial Space Management so that, upon completion of their training, they can contribute the added value of theory and practical activities to the company where they complete their training, thus developing these skills in a more confident and dynamic way and fostering greater involvement. With all this, they will be able to identify the content in practical situations at all times, feel more comfortable and prepared, and be able to resolve any situation that arises more effectively and with greater confidence. This type of learning helps to solidify the skills we must acquire throughout life, the so-called key competencies of the educational cycle, in addition to putting into practice all those they have already acquired in other primary and secondary studies, such as linguistic communication competence, digital competence, civic competence, entrepreneurial competence, personal and social competence, and the ability to learn, giving a personal and social meaning to their learning. Students take what they learn inside the classroom outside of it, because project-based learning can be the differentiating factor that allows them to open up new opportunities.

Key words: Vocational training/ Company training pase/ Project-based learning/ Innovation

ÍNDICE

1. Introducción y justificación	10
1.1. Diagnóstico de la situación	10
1.2. Descripción general del contexto	11
1.3. Ámbitos de mejora	13
1.4. Objetivo general del TFM	15
2. Marco teórico	16
2.1. Normativa legal	16
2.2. Proceso de enseñanza aprendizaje	20
2.3. Aprendizaje basado en proyectos	22
2.4. Importancia de la figura del director	25
3. Proyecto de innovación	27
3.1. Fase de iniciación	28
3.1.1. Objetivos específicos	29
3.1.2. Cronograma	30
3.1.3. Recursos organizativos y didácticos	31
3.2. Fase de aplicación o desarrollo del proyecto	32
3.2.1 Metodología docente utilizada para la intervención innovadora	33
3.2.2 Actividades	33
3.3. Fase de evaluación del proyecto	40
4. Conclusiones	45
5. Propuesta de nuevas líneas de innovación	48
6. Referencias bibliográficas	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Legislación Estatal	16
Tabla 2. Legislación Autonómica de la Comunidad de Madrid	17
Tabla 3. Cronograma	30
Tabla 4. Actividad de Halloween	33
Tabla 5. Actividad del mercadillo solidario	34
Tabla 6. Actividad operación kilo	36
Tabla 7. Actividad de la chocolatada	37
Tabla 8. Actividad de San Valentín	38
Tabla 9. Cuestionario abierto para el alumnado	41
Tabla 10. Cuestionario abierto para el profesorado	42
Tabla 11. Cuestionario cerrado para el profesorado	43
Tabla 12. Cuestionario cerrado para el alumnado	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Entrada centro educativo	12
Figura 2: Programa formativo GS Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.....	19
Figura 3. Elementos del proceso de enseñanza-aprendizaje	20
Figura 4. Aprendizaje basado en proyectos	23
Figura 5. Fases del aprendizaje basado en proyectos	24
Figura 6. Aula ateca	29
Figura 7. Decoración para el mercadillo navideño	35

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

El presente Trabajo Fin de Máster (TFM) nace con el objetivo de realizar un proyecto de innovación dirigido a alumnos de Formación Profesional (FP), concretamente de la familia profesional de Comercio y Marketing, que están cursando sus estudios de Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, con el fin de que estos estudiantes mejoren su proceso de enseñanza-aprendizaje mediante la propuesta de diferentes actividades prácticas que se puedan realizar en el aula y que sirvan para asentar esos conocimientos teóricos y les valgan de puente antes de ir a realizar su Fase de Formación en la Empresa (FFE).

Por ello, el propósito de este TFM es ofrecer a los docentes que imparten módulos en FP estrategias y herramientas para emplear de manera práctica para, de manera integral, se realicen proyectos que engloben los máximos conceptos que han estudiado los alumnos.

Para cumplir con el objetivo, se propone un proyecto de innovación mediante aprendizaje basado en proyectos que consiste en la realización de diferentes actividades prácticas durante fechas señaladas en el calendario como son San Valentín, Navidad o Halloween.

1.1. Diagnóstico de la situación

“Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo” sostiene el científico alemán, Albert Einstein (1879-1955). Con esta cita queda de manifiesto la importancia de aplicar nuevas metodologías en el proceso de enseñanza-aprendizaje con las que motivar al alumnado y llevar la realidad a las aulas.

Este trabajo va a ir orientado en proponer una mejora en el proceso de enseñanza-aprendizaje mediante la metodología del aprendizaje basado en proyectos. Mediante esta metodología se pretende que el aprendizaje que

adquiera el alumno se acerque lo máximo posible a lo que se va a encontrar al acabar sus estudios y salga al mercado laboral, o incluso antes, cuando estos tengan que realizar sus prácticas en una empresa.

Para ello se optará por una educación de calidad en la que, desde la dirección hasta las familias, pasando por el equipo de orientación y los docentes estarán comprometidos por ofrecer al alumnado las mejores herramientas que tengan a su alcance para que esto sea posible.

Las ideas siempre van a contar con el visto bueno de la dirección y una vez que el director las apruebe se pondrán en marcha con los mecanismos que, previamente, se hayan acordado.

1.2. Descripción general del contexto

La metodología del aprendizaje basado en proyectos se va a llevar a cabo en un instituto público, el IES Luis Buñuel, situado en el sur de la Comunidad de Madrid, concretamente en Alcorcón y en el que solo se imparte Formación Profesional. Cuenta con alrededor de 890 alumnos, repartidos entre el turno diurno y el vespertino, 150 en Formación Profesional Básica, 320 en Grado Medio y 420 en Grado Superior.

En concreto, los alumnos que están cursando el Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales son 27 estudiantes en el primer curso y 23 en el segundo curso, de estos últimos 7 alumnos han pasado a realizar estos estudios después de finalizar el Grado Superior de Marketing y Publicidad, todos estos se encuentran en turno diurno ya que en vespertino el instituto no cuenta con este ciclo formativo.

Figura 1

Entrada centro educativo



(Elaboración propia)

Actualmente, se imparten ciclos formativos pertenecientes a tres familias profesionales:

- Comercio y Marketing: se ofrecen la FP Básica en Servicios Comerciales, el Grado Medio en Actividades Comerciales y los Grados Superiores en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, Transporte y Logística, Comercio Internacional, y Marketing y Publicidad, este último también disponible en modalidad Dual.
- Servicios Socioculturales y a la Comunidad: se imparten el Grado Medio en Atención a Personas en Situación de Dependencia y el Grado Superior en Educación Infantil.
- Química: Grado Medio en Operaciones de Laboratorio.

Además, el centro cuenta con un total de 30 grupos, ubicados en aulas con pizarras digitales y con portátiles u ordenadores de mesa disponibles. El análisis general del centro revela una institución dinámica, en constante crecimiento tanto en número de alumnos como en su oferta formativa.

Destaca por su compromiso con una Formación Profesional de calidad, estrechamente vinculada al entorno social y laboral, e innovadora en sus planteamientos pedagógicos. En relación a este último aspecto, por ejemplo, se encuentra el proyecto “Aula de Emprendimiento”.

La mayoría de los estudiantes que están matriculados en el centro son habitantes de Alcorcón y de municipios próximos como Leganés, Getafe, Móstoles, Fuenlabrada u otros municipios que no ofrecen este ciclo o que por la demanda del mismo en el centro que han podido formalizar su matrícula es este.

Uno de los aspectos clave para seleccionar este instituto por parte del alumnado es la buena combinación de transporte público que para en la misma puerta del centro como es el Cercanías y el Metro de Madrid que tienen sus respectivas paradas a menos de 100 metros del instituto o las diferentes líneas de autobuses urbanos que paran en la misma puerta. Además, para el alumnado que acude en coche también hay bastante aparcamiento en las inmediaciones del centro con lo que no hay dificultad de aparcamiento.

El municipio donde se ubica el centro, Alcorcón, cuenta con una población de 174.740 habitantes según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística y con un nivel económico de los habitantes medio-alto, cercana a la de la media nacional y con una tasa de paro baja, del 4,04% e inferior a la de otros municipios de la Comunidad de Madrid. (INE, 2024)

1.3. Ámbito de mejora

Se analizará este punto para dar respuesta a las siguientes cuestiones: ¿Cómo influye el aprendizaje basado en proyectos en el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado?, ¿De qué manera se tienen que involucrar los

docentes que imparten los distintos módulos para coordinar las actividades? Y, por último, ¿qué tipo de trabajo tiene que realizar la dirección del centro para que el aprendizaje basado en proyectos esté respaldado por el centro educativo?

Para el aprendizaje basado en proyectos tienen que estar implicadas todas las partes que forman parte del centro educativo, comenzando por el director, que debe de estar completamente involucrado en la organización del aprendizaje basado en proyectos para que se lleve a cabo con una óptima organización de todas las partes que hacen posible este aprendizaje.

Del mismo modo, el docente debe de contar con los conocimientos correctos, claros y la preparación adecuada para desarrollar esta metodología, pero, de igual modo, el alumnado también juega un papel importante y que es este tiene que tener un comportamiento ejemplar e involucrarse en la metodología.

Con lo cual es clave que todas las partes que forman parte del centro educativo deben de estar comprometidos y verlo como una oportunidad óptima para que la educación se imparta desde una perspectiva más práctica y próxima al mundo laboral.

Para que todo esto se pueda analizar y sacar el máximo partido se realizará un análisis DAFO, con el cual analizar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.

Para las mejoras se va a tener especial cuidado en sacar en máximo partido a las instalaciones del centro para que el alumnado pueda aprovechar esas infraestructuras, para ello se va a reformar y modernizar el espacio físico con nuevas aulas, como un aula de emprendimiento, un taller, un aula ateca, un escaparate, siendo lugares organizados y funcionales que puedan dar respuesta a las necesidades del alumno.

Por otro lado, los recursos bibliográficos del centro, también se van a ver modernizados, creándose un repositorio digital en el que el alumnado tenga acceso a nuevos materiales, de modo que se favorezca la inclusión, motivación del estudiante y ayuden a su aprendizaje autónomo.

Por último, y siguiendo la línea lectora del alumnado se van a promover actividades para fomentar la lectura, el desarrollo de la competencia lingüística y el enriquecimiento del vocabulario del alumno con actividades de lectura que vayan en consonancia al grupo y estudios para que pueda mejorar la lectura, el vocabulario y conozca recursos interesantes relacionados con su ciclo formativo, en este caso el Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

1.4. Objetivo general del TFM

Tal y como aparece reflejado en el título del proyecto el objetivo principal del TFM es la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de FP del Grado Superior de gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

Para poder cumplir con el objetivo se necesita que se involucren diferentes agentes que conforman la comunidad educativa, tal y como son el equipo directivo, conformado por el director, jefe de estudios y secretaria, los profesores, los estudiantes y sus familias.

Otro factor clave para cumplir el objetivo es que en el centro educativo exista una convivencia y un clima correcto, pues el curso escolar es muy largo y se pueden dar diferentes situaciones que alteren la calidad de este proyecto, como la existencia de grupos disruptivos o de clases en las que el alumnado tenga conflictos con sus iguales y dificulte o incluso pueda llegar a hacer inviable la realización de estas actividades en las que todo el grupo tiene que colaborar.

Además del objetivo general del TFM, existen una serie de objetivos secundarios que son los siguientes:

- Adecuar las instalaciones del centro a las necesidades del alumnado.
- Fomentar la colaboración activa del profesorado, alumnado y directiva.
- Crear un clima de aula dinámico y activo.
- Comprobar si con el aprendizaje basado en proyectos el nivel de ausencias del alumnado disminuye.

2. MARCO TEÓRICO

Como ya se ha comentado con anterioridad, el objetivo principal del TFM es mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje en los alumnos de FP de la familia de Comercio y Marketing del Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales ofreciéndole en el aula actividades completas, que engloban diferentes módulos y que sirven para que los alumnos tengan que hacer frente a situaciones parecidas a las que van a tener que encontrarse cuando vayan a realizar sus FFE, es decir, un aprendizaje basado en proyectos.

2.1. Normativa legal

El marco legislativo en el sistema educativo es muy amplio, existiendo normativa y documentación a tener en cuenta en distintos niveles: europeo, estatal, autonómico y a nivel de centro. A continuación, se muestra la normativa fundamental estatal y autonómica que regula el desarrollo:

Tabla 1

Legislación Estatal

ESTATAL

- ✚ Ley Orgánica de Educación. Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre (LOMLOE), por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE).
- ✚ Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
- ✚ Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- ✚ Real Decreto 658/2024, de 9 de julio, por el que se modifican el Real Decreto 132/2010, de 12 de febrero, por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que impartan las enseñanzas del segundo ciclo de la educación infantil, la educación primaria y la educación secundaria, y el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- ✚ Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales

decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado superior y se fijan sus enseñanzas mínimas.

- ✚ Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- ✚ Orden ECD/320/2012, de 15 de febrero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

(Elaboración propia)

Tabla 2

Legislación Autonómica de la Comunidad de Madrid

AUTONÓMICA COMUNIDAD DE MADRID

- ✚ Decreto 63/2019, de 16 de julio, del Consejo de Gobierno, por el que se regula la ordenación y organización de la formación profesional en la Comunidad de Madrid. Aunque el vigente desde el 21 de mayo de 2025 es el Decreto 21/2025, de 21 de mayo, del Consejo de Gobierno, por el que se regula la ordenación y organización del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad de Madrid.
- ✚ Decreto 103/2024, de 13 de noviembre, del Consejo de Gobierno, por el que se modifican setenta y seis Decretos por los que se establecen para la Comunidad de Madrid planes de estudios de ciclos formativos de grado superior.
- ✚ Decreto 223/2015, de 13 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el Plan de Estudios del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.
- ✚ Orden 893/2022, de 21 de abril, de la Consejería de Educación, Universidades, Ciencia y Portavocía, por la que se regulan los procedimientos relacionados con la organización, la matrícula, la evaluación y acreditación académica de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo en la Comunidad de Madrid.
- ✚ Resolución de la Dirección General de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen Especial por la que se dictan Instrucciones sobre la sesión de evaluación para el acceso a la fase de formación en empresa u organismo equiparado.
- ✚ Instrucciones de la Viceconsejería de Política y Organización Educativa, de 5 de julio de 2024, sobre comienzo del curso escolar 2024-2025 en centros docentes públicos no universitarios de la Comunidad de Madrid.

(Elaboración propia)

Y, a nivel de centro, la Programación General Anual, las normas de convivencia, de organización y de funcionamiento, o el Proyecto Educativo del Centro.

Para adentrarnos en la normativa legal, hay que comenzar mencionando la normativa legal que está en vigencia en la actualidad y que es la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre (LOMLOE). En el mismo se hace alusión directa al concepto de la excelencia:

“La educación es el principal pilar para garantizar el bienestar individual y colectivo, la igualdad de oportunidades, la ciudadanía democrática y la prosperidad económica. La calidad y excelencia de un sistema educativo han de concebirse vinculadas a la equidad, la personalización de la atención educativa y la autonomía de los centros con rendición de cuentas”. (Portal del Sistema Educativo Español, s. f.)

Además, de esa mencionada excelencia, la cual queremos conseguir con esta metodología el aprendizaje basado en proyectos también hay otros puntos en la normativa que son de especial importancia para el desarrollo del proyecto que se está desarrollando.

Otra normativa clave es el Decreto 27/2025, de 21 de mayo, del Consejo de Gobierno, por el que se regula la ordenación y organización del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad de Madrid. En el capítulo V viene recogido todo lo referente a la fase de formación en empresa (FFE) se establecen un total de 500 horas de formación en la empresa repartidas dichas horas entre los dos cursos académicos con los que cuenta el plan de estudios, con lo cual al alumnado le puede ser de gran utilidad comenzar esas horas con conocimientos prácticos que ha ido adquiriendo en el aula mediante el proceso de aprendizaje basado en proyectos.

Además, de esas horas, el plan de estudios completo cuenta con las siguientes horas, las cuales hay que coordinar para que el aprendizaje basado en proyectos se pueda realizar acorde a los objetivos marcados.

Figura 2

Programa formativo GS Gestión de Ventas y Espacios Comerciales



Familia profesional: COMERCIO Y MARKETING					
Ciclo Formativo: GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES					
Grado: Superior			Duración: 2000 horas		Código: COMS03
MÓDULOS PROFESIONALES					
<i>Código</i>	<i>Denominación</i>	<i>Duración del currículo (horas)</i>	<i>Equivalencias en créditos ECTS</i>	<i>Curso 1º (horas semanales)</i>	<i>Curso 2º (horas semanales)</i>
0623	Gestión económica y financiera de la empresa	240	13	7	
0930	Políticas de marketing	215	13	6	
0931	Marketing digital	215	12	6	
1010	Investigación comercial	130	9	4	
CMO	Módulo profesional optativo	50	-	2	
0179	Inglés profesional (GS)	50	5	2	
1709	Itinerario personal para la empleabilidad I	100	5	3	
0625	Logística de almacenamiento	140	8		4
0626	Logística de aprovisionamiento	160	7		5
0926	Escaparatismo y diseño de espacios comerciales	80	7		3
0927	Gestión de productos y promociones en el punto de venta	90	6		3
0928	Organización de equipos de ventas	90	6		3
0929	Técnicas de venta y negociación	170	8		5
1710	Itinerario personal para la empleabilidad II	70	5		2
1665	Digitalización aplicada a los sectores productivos (GS)	30	3		1
1708	Sostenibilidad aplicada al sistema productivo	30	3		1
CMO	Módulo profesional optativo	90	5		3
0932	Proyecto intermodular de gestión de ventas y espacios comerciales	50	5		
HORAS TOTALES		2000		30	30

(Fuente: Comunidad de Madrid)

2.2. Proceso de enseñanza-aprendizaje

Es fundamental que para que este proceso se pueda llevar a cabo de una manera óptima, los docentes y el equipo directivo deben de estar coordinados y motivados, viendo la gran oportunidad que supone para el alumnado y como una vía para llegar a conseguir una educación de calidad.

Figura 3

Elementos del proceso de enseñanza-aprendizaje



(Fuente: Emaze)

Para mejorar ese proceso de enseñanza-aprendizaje lo primero de todo es mencionar en qué consiste dicho proceso. Se puede definir como: “una interacción intencionada entre el docente y el alumno, en la que ambos participan activamente con el fin de lograr el desarrollo integral del estudiante. Este proceso implica la planificación, ejecución y evaluación de estrategias didácticas que favorecen la construcción significativa del conocimiento” (Barriga, 2002).

Por otro lado, esa participación activa a la que hace referencia Barriga se puede mencionar como la implicación de manera consciente y voluntaria del alumno en las enseñanzas de aprendizaje, teniendo un rol protagonista en la construcción de su conocimiento, en vez de, únicamente, recibir los conocimientos de manera pasiva. Lo cual implica que realice tareas para promover un análisis de la información que se le proporciona para que tenga lugar un aprendizaje más significativo (Bonwell,1991)

Es cierto, que para mejorar ese proceso de enseñanza-aprendizaje y, por consiguiente, esa participación activa, todos tienen que aportar su granito de arena, a pesar de ello, gran parte de la responsabilidad recae sobre los profesores por ser los responsables de que los objetivos del centro se puedan realizar.

Por ese motivo, los docentes, tienen diferentes herramientas para ayudar a mejorar ese proceso de enseñanza-aprendizaje y uno de ellos es mediante el aprendizaje basado en proyectos, el cual va a ser de gran relevancia para el presente proyecto que se está abordando.

Además, esta metodología va a ayudar al profesorado para que sus clases no se hagan monótonas para los alumnos y, al ser este el que mejor conozca a sus estudiantes, va a poder usar la metodología de la mejor manera ya que al conocer los problemas que existen en su aula sabe cómo puede resolverlos y el aprendizaje basado en proyectos puede ser un gran aliado y un instrumento que le haga al alumno ver la enseñanza como una forma dinámica de aprender.

Según Thomas (2000) el aprendizaje basado en proyectos es un método de enseñanza que organiza el aprendizaje del estudiante en torno a proyectos. Dichos proyectos, son tareas complejas que se basan en problemas desafiantes o preguntas, lo que ocasionan que en estudiante tenga que involucrarse en el diseño, resolución del problema, la investigación, la toma de decisiones, todo ello sirve para mejorar su autonomía durante el proceso que finaliza con el proyecto.

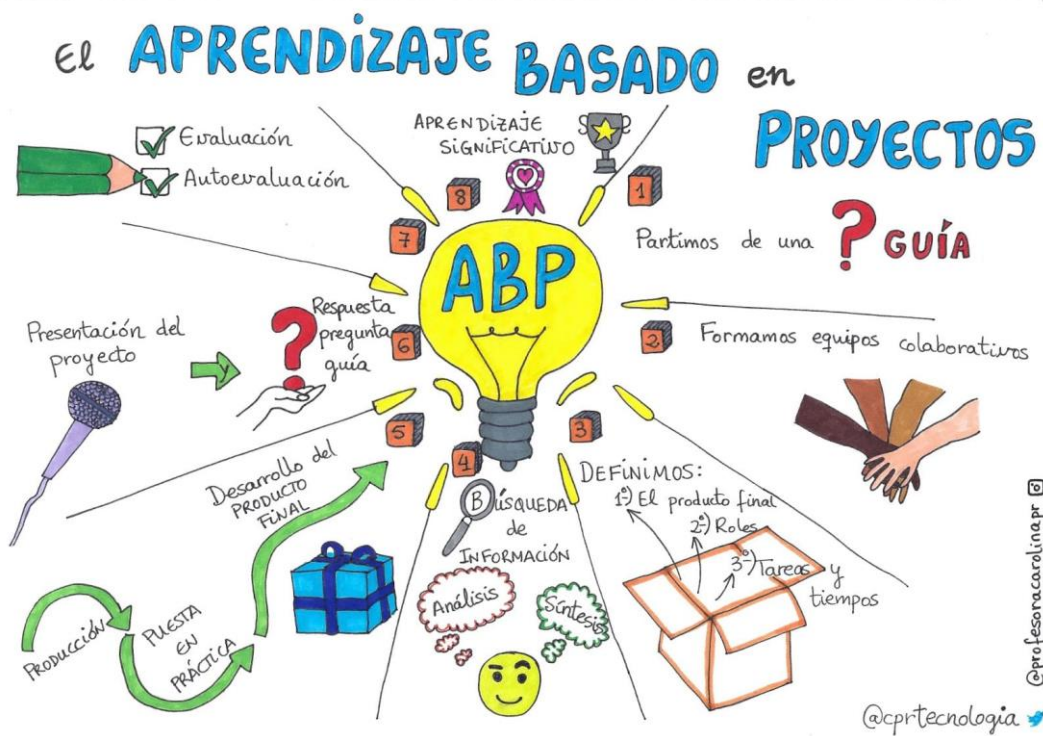
2.3 Aprendizaje basado en proyectos

Para Hernández (1998) el aprendizaje basado en proyectos es una manera de organizar la enseñanza educativa que tiene como punto de partida los intereses de los estudiantes y se desarrolla por medio de proyectos de trabajo que integran diferentes conocimientos, lo que permite que el alumno relacione los contenidos que se imparten en el aula con los que tienen lugar en su vida cotidiana. Mientras que para Larmer y Mergendoller (2010) este tipo de aprendizaje es una metodología mediante la cual los estudiantes adquieren los conocimientos y habilidades esenciales mediante una investigación prolongada en el tiempo, perfectamente estructurada y rigurosa en torno a un problema o desafío real.

En cualquier caso, para estos autores queda de manifiesto que es un proceso de enseñanza-aprendizaje que se basa en un proceso prolongado a lo largo del tiempo para finalizar acabando con la consecución de un fin común: la resolución del problema que le lleva al alumno a una aproximación de la realidad que luego se encontrará cuando salga al mercado laboral o incluso antes con la realización de las prácticas del ciclo formativo.

Figura 4

Aprendizaje basado en proyectos



(Fuente: Colegio Los Angelitos)

Junto a la gamificación, el aprendizaje cooperativo, el flipped classroom, el desing thinking, el aprendizaje de servicio, el aprendizaje basado en problemas o el aprendizaje experiencial, el aprendizaje basado en proyectos es también una metodología activa. Estas son estrategias de enseñanza en las que el alumno es el protagonista de su propio proceso de enseñanza-aprendizaje mediante la ejecución de tareas que le permiten construir conocimientos de una manera significativa, mediante la ejecución (Prieto, 2007).

Para Zabala y Arnau (2007) estas metodologías activas están fundamentadas, es decir, tienen su sustento en el principio de que el aprendizaje se lleva a cabo en el momento que el alumno realiza una actividad mental significativa e intensa. Pues estas metodologías proponen situaciones de enseñanza en las que los alumnos adquieren un rol protagonista, mientras que el docente se convierte en la guía y mediador del proceso.

Otro concepto fundamental para este proyecto es el de innovación, para Coll y Monereo (2008), la innovación consiste en introducir de una manera intencionada cambios en las metodologías, en los recursos o en las estructuras de proceso de enseñanza-aprendizaje, para fomentar la creatividad y adaptarse a las nuevas necesidades de los alumnos y de la sociedad.

Para poder lograr que ese aprendizaje perdure en el alumnado es muy recomendable que apostemos por un aprendizaje significativo, que se puede definir como aquel que hace que el alumnado relacione un concepto con una estructura cognitiva ya existente en el mismo. (Ausubel, 1976)

Figura 5

Fases del aprendizaje basado en proyectos



(Fuente: aulaPlaneta)

2.4 Importancia de la figura del director

Sin embargo, para el marco teórico del presente TFM, no se puede obviar la figura del director, ya que es un proyecto que contará con la aprobación del director. Aunque bien es cierto, que la mayor parte de la responsabilidad respecto a las calificaciones académicas de los estudiantes recaerá sobre los profesores, también es cierto que un buen director va a influir en los méritos que consigan los estudiantes de su centro educativo.

Para que el director sea eficaz y efectivo tiene que saber organizar bien sus tareas, pues desde su puesto son muchos los asuntos a los que debe de hacer frente.

En el caso que nos aborda, su liderazgo lo deberá de usar para organizar bien los espacios del centro, los recursos materiales y humanos para que exista una perfecta coordinación entre todo el personal involucrado en el proceso de enseñanza-aprendizaje mediante la metodología de aprendizaje basado en proyectos y con unos objetivos que sean ambiciosos para conseguir la excelencia en los resultados.

Para que esto sea posible, el director puede optar por ver el impacto que se obtiene con la involucración del profesorado en la consecución de los objetivos para ayudar en aquellos puntos que sea necesario, ya sea mediante formación para el profesorado o promoviendo mejores recursos materiales, siempre teniendo en cuenta la partida presupuestaria del centro.

Continuando con la línea de tareas que tiene que desarrollar un director, es velar por el profesorado para que se encuentre en un clima positivo y favorable que favorezca su buen hacer para así poder conseguir el objetivo de ofrecer una educación de calidad a los estudiantes del instituto.

No podemos dejar atrás que la dirección del centro es la que se va a encargar de administrar a este de los recursos necesarios para lograr el objetivo.

Es el centro el que tiene que ofrecer a todos los docentes el material que necesiten para que puedan impartir las clases de la mejor manera posible, con los instrumentos y materiales, aunque como hemos dicho siempre y cuando el centro cuente con la solvencia oportuna para poder comprar el material, en caso contrario, se le intentará proporcionar, en la medida de lo posible, el máximo material a cada docente.

Otro punto muy importante para que este proceso de enseñanza-aprendizaje mediante la metodología del aprendizaje basado en proyectos se pueda realizar es contar con un clima adecuado dentro del aula, sin contar con alumnado que sea disruptivo o haya mal ambiente entre compañeros que dificulten un aprendizaje entre iguales.

“El clima escolar se refiere a la calidad y el carácter de la vida escolar, incluyendo las interacciones entre estudiantes, docentes y directivos, así como la percepción que estos tienen de la seguridad, la aceptación, el apoyo y las normas dentro del centro educativo.” (Cohen, 2009).

Por supuesto, la dirección del centro, en el Proyecto Educativo de Centro (PEC) debe de dejar recogidos todos los aspectos a la convivencia escolar y se asegura que el centro los aplique. En esta misma PEC es donde también quedará recogido el proyecto de innovación que instaura el centro para que toda la comunidad educativa esté al tanto del mismo.

Por último, otro aspecto que se debe de tener muy en cuenta es realizar evaluaciones periódicas para poder ir evaluando la eficacia del proyecto, lo que nos permitirá en todo momento medir su adecuación o realizar las modificaciones que sean necesarias si vemos que se produce alguna desviación.

3. PROYECTO DE INNOVACIÓN

Del presente proyecto de innovación, podemos decir, que su finalidad es conseguir una mejora en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de FP de la familia de Comercio y Marketing en el IES Luis Buñuel de Alcorcón, un centro público que solo cuenta con alumnos de formación profesional de los niveles de Grado Básico, Grado Medio y Grado Superior.

Con todo esto, debido a la magnitud del proyecto que se pretende llevar a cabo y a la brevedad temporal para poder realizar el TFM, se realizará una aplicación del mismo de manera ficticia, donde las etapas de aplicación y evaluación del proyecto serán tratadas desde una perspectiva teórica. En lo que respecta a la fase de iniciación, en la que se expone el funcionamiento y características del proceso de enseñanza-aprendizaje se adecuará a las características del centro para que la propuesta cuente con realismo para poder ponerse en marcha en la práctica.

Por todo ello, este punto del TFM consta de tres puntos perfectamente diferenciados que se corresponden con las tres fases del proyecto de innovación.

En primer lugar, se comenzará explicando la fase de iniciación en la que se explicarán las características de las que consta y el método de funcionamiento.

En la segunda etapa, se abordará la fase de aplicación o desarrollo del proyecto, en el que los aspectos del primer punto serán aplicados al centro que se ha seleccionado como referencia.

La tercera y última etapa será la etapa de la evaluación en la que se comprobará el grado de la adecuación del aprendizaje basado en proyectos a conseguir esa mejora del proceso de enseñanza aprendizaje.

3.1 Fase de iniciación

El proyecto a desarrollar consiste en realizar una propuesta de innovación para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de FP de Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en la familia profesional de Comercio y Marketing para implementar en el centro IES Luis Buñuel de Alcorcón.

Para poder lograr el objetivo principal propuesto se procede a explicar cómo se va a proceder a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje mediante la metodología del aprendizaje basado en proyectos.

La idea principal de la que se parte es usar las aulas más interactivas con las que cuenta el instituto como son el aula de emprendimiento, el taller, el aula de escaparatismo y la sala ateca, ya que muchas veces se parte de que estas aulas cuentan con poca interactividad por parte del profesorado y su uso adecuado puede favorecer ese aprendizaje del alumnado de una manera más interactiva.

Por este motivo, se decide crear un programa que apueste por la motivación del alumnado. La iniciativa parte en torno al aula taller, el aula de escaparatismo, la sala de emprendimiento y el aula ateca, las que, a partir de ahora, siempre y cuando nos refiramos a ellas de manera conjunta serán las aulas prácticas, para que los alumnos puedan disfrutar de una serie de ventajas que pretenden potenciar el proceso de enseñanza-aprendizaje y la creación de un alumnado con grandes conocimientos prácticos que traspasen más allá de lo teórico.

Figura 6

Aula ateca



(Elaboración propia)

3.1.1. Objetivos específicos

Para poder conseguir el objetivo general establecido en este TFM, es necesario marcar una serie de objetivos más específicos:

- Facilitar al profesorado y al alumnado los materiales e infraestructuras adecuadas.
- Conocer y favorecer las necesidades del alumnado de cara a su fase de formación en la empresa.
- Fomentar valores y actitudes que mejoren el clima en el aula y la convivencia escolar.

- Aumentar la participación e involucración de todos los miembros de la comunidad educativa en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Facilitar la realización de actividades que refuercen las relaciones sociales.

3.1.2. Cronograma

El proyecto de innovación del IES Luis Buñuel se plantea para ser implementado durante el curso académico 2025/2026, con diferentes acciones, repartidas en los distintos meses, concretamente desde septiembre a febrero, pues en marzo dará comienzo el periodo de prácticas en la empresa. y con la implicación de los distintos profesores que imparten docencia en el ciclo. El proyecto será incluido en la PGA y tras la evaluación de este, en la Memoria del centro en el mes de junio.

Tabla 3

Cronograma

Septiembre	Organización de las actividades a realizar durante el resto de meses, coordinación con el profesorado para gestionar las clases prácticas y teóricas que se van a dar.
Octubre	Preparación de Halloween, con actividades de terror, decoración del centro y scape room.
Noviembre	Preparación de la chocolatada con churros y del mercadillo solidario que tendrán lugar en diciembre.
Diciembre	Puesta en marcha del mercadillo solidario, de la operación kilo y de la chocolatada.
Enero	Preparación del día de San Valentín.
Febrero	Decoración y desarrollo del día de San Valentín.

(Elaboración propia)

3.1.3. Recursos organizativos y didácticos

Para la realización de esta innovación son necesarios recursos tanto organizativos como didácticos.

Por ello, vamos a analizar tanto los recursos materiales y humanos, como los procedimientos didácticos y organizativos que se utilizaran en este proyecto.

Recursos materiales:

Instalaciones del instituto como el aula de emprendimiento para el desarrollo de las ideas mediante estrategias como la técnica SCAMPER, brainstorming, brainwriting, PNI y la técnica de los seis sombreros de Edward Bono, el aula Ateca para la creación de la actividad una vez decidida las pautas a seguir y el aula-taller y de escaparatismo como aulas complementarias para la elaboración del material.

Además, también se va a utilizar ordenadores, tanto físicos como portátiles, redes sociales como Instagram, X, TikTok, Facebook y plataformas para facilitar la comunicación entre el profesorado y el alumnado como el correo institucional de Educa Madrid y Teams.

Recursos humanos:

Docentes, dirección, estudiantes y empresas que quieran colaborar en alguno de los proyectos de innovación que se desarrolle, ya sea con material o con charlas organizadas.

Procedimientos organizativos y didácticos:

Se realizarán reuniones de manera periódica en el que participara la dirección del centro y el profesorado que imparte los distintos módulos para saber si se van cumpliendo los objetivos marcados con la actividad y el cronograma planteado se está desarrollando sin ningún tipo de incidentes ni modificaciones. Pues siempre puede ocurrir que tenga lugar alguna huelga de estudiantes o profesores o que algún profesor tenga que ausentarse algún día y esto provoque modificaciones en el cronograma.

También se utilizará para la organización las plataformas online que faciliten el trabajo de todos de manera conjunta y simultánea.

Por último, la comunicación ha de ser fluida, clara y constante entre todos los integrantes del proyecto de innovación e informando al resto de los avances que se vayan consiguiendo.

3.2. Fase de aplicación o desarrollo del proyecto

En la fase de desarrollo del proyecto se realiza la preparación, desarrollo y cierre del proceso de innovación del aprendizaje basado en proyectos. Durante esta etapa son los estudiantes, con el apoyo del profesorado y la dirección del centro los encargados de realizar el análisis de lo ejecutado para identificar y detectar las necesidades de los consumidores con respecto a su actividad y como solventar las situaciones imprevistas que puedan ir sucediéndose durante la realización de la actividad.

Es en este momento, cuando tiene un papel muy importante todos esos conocimientos teóricos que el alumnado ha adquirido en el aula, ha sabido procesar y ahora ejecuta en este proceso de innovación, para hacer frente a todo tipo de situaciones, desde las más comunes a las más insólitas.

El alumnado debe de mostrar una actitud proactiva, ser planificado y organizado ante los retos que el entorno laboral le exige y le ofrece. Los alumnos del Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales tienen la oportunidad de exponer sus conocimientos en un espacio aproximado a la realidad que el instituto le brinda para que pueda hacer uso de esos conocimientos y saber a qué se enfrenta cuando realice sus prácticas y comience su andadura en el mercado laboral.

Tras esta innovación se pretende que el alumnado extrapole lo teórico a lo práctico y sepa aprovechar la oportunidad que se le ofrece para poder conseguir una mayor seguridad y realizar su trabajo desde un prisma diferenciador con respecto a otros centros.

3.2.1 Metodología docente utilizada para la intervención innovadora

La metodología por la que se opta es activa, dinámica, planificada, medible, real y vivencial. Todo el docente y miembro de la comunidad educativa que colabora junto al alumnado en este aprendizaje basado en proyectos, deben de ser personas comprometidas, responsables, que se involucren en que el aprendizaje para que sea enriquecedor para el alumnado, además de ser capaces de adaptarse a situaciones sobrevenidas que se puedan ir produciendo a lo largo del proyecto de innovación.

3.2.2 Actividades

1. ACTIVIDAD DE HALLOWEEN

Tabla 4

Actividad de Halloween

Número de sesiones: 20
Módulos implicados: Logística de aprovisionamiento, logística del almacenamiento, escaparatismo y diseño de espacios comerciales, gestión de productos y promociones en el punto de venta, organización de equipos de venta y técnicas de venta y negociación.
Secuenciación de las sesiones: Se dividirá a la clase en 4 grupos bien diferenciados, uno de ellos se encargará de realizar un escape room, otro de realizar toda la decoración, otro de preparar los espacios y organizar a todos los grupos del centro para que de manera ordenada participen en la actividad y, por último, el cuarto grupo será el encargado de preparar los sustos, premios para los mejores disfraces y las actividades terroríficas. Tendrá cada grupo las dos primeras sesiones para pensar bien qué acciones realizar, qué material necesitan y cómo se van a distribuir el tiempo restante, que serán las siguientes 10 sesiones. Pues las seis últimas sesiones serán la realización del evento con todos los grupos del centro pasando por la actividad y en el recreo tendrá lugar el concurso de disfraces, ¿cuál será el más terrorífico?, ¿serán los alumnos capaces de meter su mano en las urnas del terror?

(Elaboración propia)

2. ACTIVIDAD DEL MERCADILLO SOLIDARIO

Tabla 5

Mercadillo solidario

Número de sesiones: 40
Módulos implicados: Logística de aprovisionamiento, logística del almacenamiento, escaparatismo y diseño de espacios comerciales, gestión de productos y promociones en el punto de venta, organización de equipos de venta y técnicas de venta y negociación.
Secuenciación de las sesiones: Sin duda, esta será la actividad que más sesiones necesitará para llevarse a cabo y en la que se tendrá que dar una mayor organización y planificación. En el instituto se va a desarrollar un mercadillo solidario con lo cual, lo primero de todo será saber qué tipo de productos se van a vender y lo segundo saber a qué organización u organizaciones benéficas se van a destinar los beneficios, pues en el mismo mercadillo también se pueden vender artículos de esas organizaciones. Con lo cual las dos primeras sesiones se van a destinar a estas dos tareas, con lo cual, con anterioridad, un profesor les comunicará a los alumnos que se va a llevar a cabo esta actividad en el centro para que comiencen a pensar qué organización puede ser la más idónea. En la tercera y cuarta sesión se van a crear y colocar los carteles anunciando que la última semana de diciembre tendrá lugar el mercadillo navideño y que los alumnos pueden colaborar aportando artículos que tengan en casa en buen estado y que ya no usen. Además, en la quinta, sexta y séptima sesión, los alumnos visitarán los comercios cercanos al instituto para conseguir donaciones de productos, a cambio en el photocall del mercadillo aparecerá publicado el nombre de esas empresas que han donado los productos. A partir de la octava sesión y hasta la número 25 inclusive, se destinarán a ir recogiendo por las clases los productos que han traído los alumnos y profesores, decorar de manera navideña la entrada del mercadillo, el cual se desarrollará en el aula ateca, etiquetando cada producto con un precio y ordenando por tipo de producto la mercancía que se va a ir recibiendo. La última semana de clase, es decir las ultimas cinco clases, se destinarán 3 sesiones al día hasta completar esas 15 sesiones a la realización del mercadillo, en el que cada alumno tendrá claras sus funciones: ir avisando al resto de grupos en su turno y fecha de visita al

mercadillo, colocando mercancía que se vaya terminando, cobrando, atendiendo al alumnado, profesorado y demás personal que decida visitar el mercadillo, evitar aglomeraciones y que se respete el aforo y el turno.

Cada día se hará un recuento de caja para saber lo recaudado, si se necesita cambio e ir viendo el estocaje que va quedando para avisar por redes sociales de la actividad que se está realizando con imágenes reales de los productos que hay, la distribución del mismo, para que así todo el mundo sepa lo que se puede encontrar y le sea más fácil elegir el tipo de producto que desea adquirir para colaborar con la causa benéfica, la cual el todo momento se dirá cual es.

Por supuesto, una vez concluido el evento y para que quede constancia de la transparencia se diré el dinero que se ha recaudado y cuando se hará entrega a la organización u organizaciones en caso de ser finalmente dos, de ese dinero.

El objetivo, será que año tras año que se repita la actividad el centro se marque el reto de superar esa cifra obtenida en el curso anterior.

(Elaboración propia)

Figura 7

Decoración para el mercadillo navideño



(Elaboración propia)

3. ACTIVIDAD OPERACIÓN KILO

Tabla 6

Actividad operación kilo

Número de sesiones: 15 sesiones
Módulos implicados: Logística de aprovisionamiento, logística del almacenamiento, escaparatismo y diseño de espacios comerciales, gestión de productos y promociones en el punto de venta, organización de equipos de venta y técnicas de venta y negociación.
Secuenciación de las sesiones: En las primeras dos sesiones se trabajaría en el diseño de los carteles y en lugar en el que se colocaría la mercancía que se va recogiendo. En la tercera sesión se habla con el banco de alimentos para la gestión y recogida de los alimentos que se recauden. Las siguientes tres sesiones van a ser para preparar el espacio y avisar de la actividad tanto por redes sociales como por visitando una por una todas las aulas. Las últimas 9 sesiones son para la recogida de alimentos, que tendrá lugar en las 3 primeras horas de cada uno de esos días, además también se irá guardando por tipos de productos.

(Elaboración propia)

4. ACTIVIDAD DE LA CHOCOLATADA

Tabla 7

Actividad de la chocolatada

Número de sesiones: 11
Módulos implicados: Logística de aprovisionamiento, escaparatismo y diseño de espacios comerciales, gestión de productos y promociones en el punto de venta, organización de equipos de venta y técnicas de venta y negociación.
Secuenciación de las sesiones: En las dos primeras sesiones se trabajará en buscar proveedores de churros y chocolate, para saber el precio al que los ofertan para que los alumnos puedan calcular a cuánto pueden venderlo para que no se obtenga ni beneficio ni pérdida con la actividad. En las sesiones tercera y cuarta se realizarán los carteles informativos con el precio, día y hora en la que se realizará la actividad. Además, se realizarán los tickets que se le proporcionarán a los alumnos y demás miembros de la comunidad educativa que deseen participar en la actividad que se realizará el último día lectivo antes de las vacaciones de Navidad. En la sesión quinta se pasará por las clases para recaudar el dinero y realizar una primera estimación de los participantes. En la sexta sesión se hará exactamente lo mismo que en la quinta, se irá por las clases para que los alumnos que no se apuntaron en un primer momento puedan apuntarse. En la séptima sesión, tras cuadrar las cuentas, se contactará con el proveedor que nos había proporcionado el mejor precio y se le hará el pedido. En las clases ocho y nueve se montará el espacio reservado para la actividad, para finalmente en la décima y undécima sesión tener todo listo para colocar los churros y el chocolate, proporcionar el dinero al proveedor, y de manera ordenada pasar a su repartición con el alumnado bien ubicado, encargándose algunos alumnos de ir por las clases en orden para buscar a los alumnos, otros encargados de la recogida de los tickets, otros entregando el chocolate, otros los churros y otros velando por que todo se realice ordenadamente y no haya aglomeraciones.

(Elaboración propia)

5. ACTIVIDAD DEL DÍA DE SAN VALENTÍN

Tabla 8

Actividad de San Valentín

Número de sesiones: 17
Módulos implicados: Logística de aprovisionamiento, logística de almacenamiento, escaparatismo y diseño de espacios comerciales, gestión de productos y promociones en el punto de venta, organización de equipos de venta y técnicas de venta y negociación.
Secuenciación de las sesiones: Las dos primeras sesiones se dedicarán a pensar cómo se va a desarrollar, que el alumnado se involucre aportando ideas y se llegue a un consenso, partiendo del contenido proporcionado por el profesorado el cual consiste en realizar una doble actividad. Por un lado, el alumnado, profesorado y demás integrantes del centro educativo podrán comprar claveles y ponerles una dedicatoria a la persona que le desean mandar el clavel. Y, por otro lado, se creará un corazón gigante en el que todo el mundo que lo desee podrá dejar un mensaje a aquel componente del instituto que lo desee, de manera gratuita. Las siguientes dos sesiones serán para buscar proveedores que puedan proporcionar los claveles y los precios a los cuales se pueden adquirir los mismos, para ajustar el precio de venta del clavel al máximo y saber si se pretende sacar beneficio con la actividad para donarlo a alguna asociación benéfica o no se pretende sacar beneficio para que la gente vea el precio más asequible y sea mayor el número de personas que los adquieran. Las siguientes cuatro sesiones serán para pasar por las clases de los demás grupos para explicarles la actividad y los estudiantes y profesores que lo deseen se apunten a comprar el clavel y digan a la persona a lo que se lo destinan. Una sesión más, se dedicará en recordar a todo el personal del centro educativo si quieren participar. Otras dos sesiones, se usarán en preparar las cartas y hablar con el proveedor seleccionado para fijar la hora exacta de entrega de los claveles. Ya el mismo 14 de febrero, durante las seis horas lectivas, los alumnos irán por las clases entregando los claveles y cartas y, además, de manera escalonada irán sacando a los alumnos de las clases para que vayan a corazón gigante que se ha preparado a poner un papel con su dedicatoria a la persona que deseen, así cuando todo el alumnado haya dejado su nota se tendrá la figura de un corazón de grandes proporciones.

(Elaboración propia)

La realización de estas 5 actividades han sumado un total de 103 horas, 20 horas Halloween, 40 horas el mercadillo navideño, 15 horas la operación kilo, 11 horas la chocolatada y 17 horas San Valentín, lo que dentro de las 1000 horas lectivas que tienen los alumnos en el segundo curso supone, exactamente, un 10,3% del total de las horas, lo cual no supone un tiempo demasiado elevado las que se destinan a estas actividades que son de gran complejidad pues para su desarrollo, ya que se necesita una gran coordinación entre directiva y profesorado con el alumnado.

Además, su evaluación también es compleja, pues hay parte de la actividad que son calificadas por un módulo y partes por otros, por eso todos los profesores de manera previa a la actividad deben de decir que resultados de aprendizaje y criterios de evaluación engloban y dar el temario con anterioridad a la actividad.

La dirección también debe de conocer con anterioridad las actividades que se van a desarrollar, en los espacios previstos para que esos días esté todo el espacio reservado para el grupo y todo lo que se pueda controlar afecte positivamente al desarrollo de las actividades.

También es muy interesante que estos días se pase lista y se compruebe si el % de ausencias es más bajo que cuando se imparten las clases teóricas, para así también tener un buen marcador para saber si este tipo de actividades despiertan más el interés del alumnado y el absentismo disminuye, tal y como ocurre con la FFE, en las cuales los alumnos no faltan y si lo hacen es siempre justificadamente.

También, veremos si el número de sesiones es acorde a la cantidad de trabajo que deben de realizar los alumnos, o con alguna actividad nos hemos pasado de sesiones o justo lo contrario, lo cual valdrá para en próximas sesiones saber si se tienen que destinar más o menos clases.

3.3. Fase de evaluación del proyecto

Tras la ejecución del proyecto de innovación, llega el momento de evaluarlo. Dicha evaluación es un proceso fundamental para poder recopilar la información ya que nos sirve para conocer cómo se ha desarrollado y cómo se podría mejorar en próximos cursos.

Al ser la primera vez que se ha llevado a cabo la innovación, la información que recopilamos será de una gran ayuda, pero no nos servirá para poder compararla con la de otros años, ya que es la primera vez que se produce el proyecto.

Con esta evaluación también vamos a ser conscientes de los posibles contratiempos y acciones que se pueden mejorar, mediante esos cuestionarios de evaluación que se van a realizar, tanto a la dirección del centro, profesorado como alumnado y también mediante todos los datos que se han ido recopilando en tiempo real mediante tenía lugar el desarrollo de la actividad.

Pero no solo vamos a centrarnos en lo negativo, todo lo que ha salido positivamente y ha gustado, ha enriquecido la innovación lo vamos a mantener y va a ser el eje vertebral de las siguientes ediciones que se vayan realizando en los siguientes cursos académicos.

Por último, con toda esa evaluación vamos a sacar los resultados que pondremos en la memoria de centro y que servirán para que todo el personal del centro, haya formado parte o no de la actividad pueda saber más detalladamente en qué ha consistido y aportar su visión de cara al siguiente curso.

Para dicha evaluación, tal y como se ha comentado se van a realizar dos cuestionarios, uno abierto y otro cerrado, tanto al alumnado como al profesorado. Los cuales son los siguientes:

Tabla 9

Cuestionario abierto para el alumnado

1. ¿Qué mejorarías del proyecto de innovación?
2. ¿Cuál de todas las actividades realizadas consideras que ha sido en la que más has aprendido?
3. ¿Te has visto apoyado por tus compañeros en el desarrollo de la investigación?
4. ¿La duración de las actividades te ha parecido la correcta?
5. ¿Qué es lo que más te ha gustado de la actividad?
6. ¿Consideras que las instalaciones del centro son adecuadas? En caso negativo, ¿qué mejorarías?
7. ¿Añadirías alguna nueva actividad para los siguientes cursos?
8. ¿Te ha servido la teoría impartida en las diferentes asignaturas para realizar estas actividades prácticas?

(Elaboración propia)

Tabla 10

Cuestionario abierto para el profesorado

1. ¿Qué mejorarías del proyecto de innovación?
2. ¿Cuál de todas las actividades realizadas consideras que ha sido en la que más han aprendido los alumnos?
3. ¿Te has visto apoyado por el resto de profesores y la dirección del centro en el desarrollo de la investigación?
4. ¿La duración de las actividades te ha parecido la correcta?
5. ¿Qué es lo que consideras que más le ha gustado de la actividad a los estudiantes?
6. ¿Consideras que las instalaciones del centro han sido las adecuadas? En caso negativo, ¿qué mejorarías?
7. ¿Añadirías alguna nueva actividad para los siguientes cursos?
8. ¿Crees que le ha servido la teoría impartida en el módulo para realizar estas actividades prácticas?

(Elaboración propia)

Tabla 11*Cuestionario cerrado para el profesorado*

	SÍ	NO
¿Consideras que ha resultado útil el proyecto de innovación para el alumnado?		
¿Recomendarías al centro que lo volviera a realizar el próximo curso?		
¿Piensas que lo que ha aprendido el estudiante le da una mayor seguridad para realizar las prácticas en la empresa?		
¿Consideras que se ha aplicado la teoría de manera correcta a la práctica?		
¿Añadirías nuevas actividades para futuras ediciones?		
¿Consideras que el alumnado se ha involucrado más que si el ciclo formativo no hubiera contado con estas actividades?		

(Elaboración propia)

Tabla 12

Cuestionario cerrado para el alumnado

	SÍ	NO
¿Te ha resultado útil el proyecto de innovación?		
¿Recomendarías al centro que lo volviera a realizar el próximo curso?		
¿Lo que has aprendido te da una mayor seguridad para realizar las prácticas en la empresa?		
¿Consideras que se ha aplicado la teoría de manera correcta a la práctica?		
¿Añadirías nuevas actividades para futuras ediciones?		
¿te has involucrado más que si el ciclo formativo no hubiera contado con estas actividades?		

(Elaboración propia)

4. CONCLUSIONES

Este Trabajo Fin de Máster (TFM), se ha desarrollado mediante un proyecto de innovación. Este proyecto de innovación, como su nombre indica, ha estado sustentado en la innovación dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje mediante un aprendizaje basado en proyectos para que el alumnado adquiriera en el centro recursos prácticos que tanto demandan las empresas.

Para introducir la innovación se ha contado con el visto bueno de la dirección del centro que ha apostado por el desarrollo de la innovación con todo lo que está en su mano para poder llevarla a cabo, proporcionando infraestructuras y materiales.

Por otro lado, el profesorado también ha sabido adaptarse a las circunstancias y, de manera conjunta, crear actividades prácticas que engloben diferentes módulos para hacer las tareas lo más próximas a la realidad, realistas y completas.

Además, el alumnado, ha sabido ir todos a una, dejar de lado el “amiguismo” y afrontando las tareas con la profesionalidad que requerían para entre todos conseguir los resultados, pues como se suele decir, el trabajo en equipo disminuye los esfuerzos y multiplica los resultados. Y así han sabido adaptarse al trabajo en equipo, de una manera próxima al que se encontrarán al acceder a las prácticas.

Tras la realización de las diferentes actividades propuestas en el proyecto de innovación se puede llegar a las siguientes conclusiones que dan respuesta a los objetivos planteados con anterioridad, tanto al principal como a los secundarios:

- Se puede decir que este proyecto mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de FP de GS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, que era el objetivo principal del trabajo. Ya que mediante las actividades prácticas basadas en la metodología activa del aprendizaje basado en proyectos los alumnos han sido el eje sobre el que han recaído las actividades y han sabido ir resolviéndolas y haciendo frente a los contratiempos

que han ido surgiendo de manera autónoma, conjunta y consensuada entre todos los alumnos como si de una empresa se tratara.

-El centro, como se ha comentado ha dejado las salas que se han necesitado en todo momento para la realización de las actividades y el alumnado se ha encargado de su adecuación y de decorarlas como cada actividad ha requerido, tal y como les puede ocurrir si realizan escaparates en tienda o si tuvieran que decorar los establecimientos dependiendo de la época del año en la que nos encontremos. Con lo cual han utilizado la creatividad, los recursos y el tiempo del que disponían para sacar el mayor partido a cada espacio del que disponían.

-El alumnado se involucra más cuando se trata de actividades, que cuando se trata de la realización de exámenes teóricos, pues suele verlo como algo menos tedioso, más dinámico y más fácil de verle la practicidad.

-Además, tal y como ocurre con las prácticas en las empresas, cuando en el centro se realizan actividades prácticas el alumnado acude mucho más a las clases que si se trata de solo clases teóricas, en las que este tipo de alumnado suele “jugar” con el máximo de faltas que pueden tener y acuden en menor medida. Con lo cual el absentismo disminuye, dato bastante favorable cuando se trata de corregir este problema que se da en los centros de FP, cada vez en mayor medida, y más en este alumnado de Grado Superior, que ya al ser mayor de edad tiende más a faltar que en los ciclos de Grado Medio o Grado Básico.

-Como ya se ha comentado, otro de los objetivos secundarios era conseguir que se fomentara la colaboración activa del profesorado, directiva y alumnado, lo cual ha sido posible, ya que sin esta parte humana la innovación no hubiera sido posible. Así, además, el alumnado ha entablado relaciones más próximas y cercanas con otros compañeros que conocían menos, tal y como también ha pasado entre profesores e incluso con la dirección que muchas veces hay profesores que les tienen un mayor respeto y así han podido entablar una mayor comunicación.

-El último objetivo secundario, era crear un clima de aula dinámico y activo, lo cual también se ha logrado como consecuencia de la realización de actividades que propiciaban ese clima más participativo para el alumnado que ha sabido adaptarse a ser el protagonista, el que realizaba y coordinaba sus actividades, aunque siempre bajo la supervisión del profesorado.

Por todo ello se puede concluir que es muy necesaria la innovación en la FP, pues el ámbito en el cual se desenvuelven sus estudios la requiere y la parte práctica cada vez es de mayor importancia para que el alumnado obtenga esa diferenciación que hagan que sea un trabajador atractivo para la empresa que y le puede aportar un elemento diferenciador.

Por ello, mediante este proceso de enseñanza-aprendizaje basado en proyectos el alumnado es capaz de tener más desarrollada la parte práctica que tanto les hace falta y más, si como es esta caso, se trata de un GS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, en el que es muy importante la parte práctica, la atención al cliente, que la han llevado a cabo atendiendo a otros estudiantes y profesores, y el trabajar diariamente con el resto de trabajadores que este caso han sido sus compañeros, sus iguales.

Por último, y para poner el punto y final a estas conclusiones, con la realización de este TFM he podido experimentar en primera persona, la necesidad de innovación que existe y he podido tener más claro cómo se podría realizar una innovación que sea ese nexo de unión entre el centro educativo y la empresa, para poder ofrecer a estas últimas la preparación que requieren del alumnado, para que así su formación sea lo más satisfactoria posible y para lo cual es fundamental que todo el centro educativo se involucre.

5. PROPUESTA DE NUEVAS LÍNEAS DE INNOVACIÓN

Tras los resultados favorables que se han obtenido después de instaurar durante un curso el proceso de aprendizaje basado en proyectos en el centro educativo por parte de la dirección, profesorado, alumnado y familias, este queda reflejado en la memoria anual que se elabora al final del curso.

Como propuesta de mejora se acuerda incluirlo en la Programación General Anual (PGA) para que de este modo los estudiantes no solo del ciclo de Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales sino también el alumnado de Grado Medio de Actividades Comerciales se pueda ver favorecido por esta innovación.

Además, esta medida podría facilitar que los alumnos de grado medio aprendan de los del superior lo que podría facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje ya que aprenderían de sus iguales., lo que en muchas veces sirve tanto de motivación para un alumnado que va a enseñar a otro como al que aprende.

Además, desde la directiva se estudiará la posibilidad de instaurarlo en otros ciclos formativos de la familia de Comercio y Marketing como es el Grado Superior de Marketing y Publicidad. O incluso, en las reuniones con otros centros de FP de la Comunidad de Madrid contar la experiencia para que lo instauren si lo consideran adecuado y cuentan con los recursos.

Otra línea o propuesta de mejora sería la participación en las Soft Skill que integran, al igual que el aprendizaje basado en proyectos la práctica docente con actividades prácticas en las cuales los alumnos sacan su creatividad en un concurso en el que participan diferentes centros educativos de la comunidad y el ganador se mide en un concurso a nivel nacional.

Por último, se propone incluir el compromiso de realizar una práctica anual de aprendizaje basado en proyectos como ejemplo de buenas prácticas, enmarcado como un aspecto clave en el Portal de Transparencia de la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bonwell, C. y Eison, J.A. (1991). *Aprendizaje activo: Generando entusiasmo en el aula*. Informe de Educación Superior ASHE-ERIC.

Cohen, J., McCabe, E.M., Michelli, N.M. y Pickeral, T. (2009). *Clima escolar: investigación, políticas, práctica y formación docente*.

Coll, C. y Monereo, C. (2008). *Psicología de la educación virtual*. Editorial Ariel.

Cristiano, J. (2024). *¿Qué es el proceso de enseñanza-aprendizaje?* Emaze.

Decreto 27/2025, de 21 de mayo, del Consejo de Gobierno, *por el que se regula la ordenación y organización del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad de Madrid*.

Decreto 223/2015, de 13 de octubre, del Consejo de Gobierno, *por el que se establece para la Comunidad de Madrid el Plan de Estudios del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales*.

Decreto 32/2019 de 9 de abril, del Consejo de Gobierno, *por el que se establece el marco regulador de la convivencia en los centros docentes de la Comunidad de Madrid*.

Decreto 63/2019, de 16 de julio, del Consejo de Gobierno, *por el que se regula la ordenación y organización de la formación profesional en la Comunidad de Madrid*.

Díaz Barriga, F. y Hernández, G. (2002). *Estrategias docentes para un aprendiz*.

Hernández, F. (1998). *Transversalidad y proyectos de trabajo*. Barcelona: Graó.

- Larmer, J. y Mergendoller, J.R. (2010). *El plato fuerte, no el postre: ¿Cómo alcanzan los estudiantes las metas del siglo XXI con el aprendizaje basado en proyectos?* Instituto Buck de Educación.
- Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOMLOE, 2020). BOE nº 340. Madrid, 30 de diciembre de 2020.
- Pizarro, M., Saffery, K., & Gajardo, P. (2022). *Trastorno del procesamiento sensorial. Una mirada conjunta desde la terapia ocupacional y la otorrinolaringología.*
- Prieto Martín, P. (2007). *Metodologías activas para la formación de competencias.*
- Recursos Tic. (s.f.). *Cómo aplicar el aprendizaje basado en proyectos en diez pasos.* Aula Planeta.
- Tarazona, Y. (2025). *Introducción al aprendizaje basado en proyectos.* Colegio Los Angelitos.
- Thomas, J.W. (2000). *Una revisión de la investigación sobre el aprendizaje basado en proyectos.* The Autod.
- Zabala, A. y Arnau, L. (2007). *11 claves de ideas. Cómo aprender y enseñar competencias.* Barcelona: Graó.