

Innovar: ¿estrategia de diferenciación en la educación?



Alejandro Fernández de las Peñas

Especialista en Educación y en Marketing, ha desarrollado su carrera profesional en diversas organizaciones siempre ligadas al sector educativo, tanto en España como en América Latina además de ser "empresedor educativo". Actualmente trabaja en la Fundación Bancaria la Caixa dentro del proyecto educativo EDUCAIXA.
@educaixa



DISPONIBLE EN PDF

<http://www.santillana.com.co/rutamaestra/edicion-23/estrategia-de-diferenciacion-en-la-educacion>

La educación desde hace años tienen la impresión de estar por detrás del entorno, de la sociedad. La innovación es la respuesta estratégica de la educación, de los profesores, de los centros para poder diferenciarse, no tanto de su posible "competencia" (en educación creo que no es conveniente hablar de competencia en el estricto sentido de la palabra) sino diferenciarse de la pasada educación.

Comentan los expertos en *marketing de consumo* que existen tres formas de diferenciarse, por parte de las empresas, dentro de su oferta para un mercado, un sector:

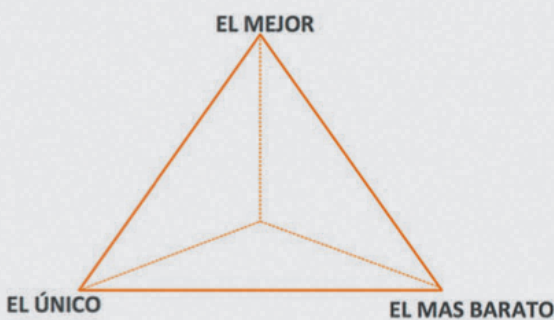
- * Ofreciendo un precio alto (gama de lujo)
- * Ofreciendo un precio bajo (gama *low cost*)
- * Ofreciendo un diseño diferencial (y el precio ya no influye tanto)

Hay marcas (servicios, productos ...) de lujo (desde Versace, Loewe, Louis Vuitton...), marcas *low cost* (desde compañías aéreas como Ryanair, Easy Jet o Norwegian o pasando por restaurantes y cafeterías como McDonald's, Tim Hortons...) y otras marcas donde el diseño (entendiendo diseño como usabilidad, resolución de una necesidad... donde destaca Apple o Amazon, (por ejemplo) es la base de su oferta.

Otras visiones empresariales hablan que para diferenciarse puede ser:

- * Siendo el **mejor** frente a los demás (la medición o demostración de ser el mejor no es “fácil”).
- * Ser el **único** que lo ofrezca (complicado en el tiempo, ya que si “funciona”, tarde o temprano se “copia”).
- * Ser el más **barato** en precio (en educación, podemos hablar de accesibilidad al servicio educativo).

Diferenciarse es (la) clave en los sectores satura-



dos o competitivos (un nuevo sector enseguida se satura con nuevos competidores, es complicado que un sector no tenga competencia en un período largo de tiempo) ante la oferta existente frente a una demanda cada vez más selectiva, exigente y de nicho (recordemos algunas encuestas, según cada país, donde los consumidores no les importa que cerca de un 90 o 95% de las marcas desaparecieran, no las creen indispensables).

Ya hace años que la *estrategia de diferenciación* es un pilar en el desarrollo de la oferta de las entidades, organizaciones y empresas. La estrategia del “Océano Azul, Océano Rojo”, con más de diez años de existencia, ahonda en este concepto de diferenciarse frente, no solo a la competencia, sino al mismo mercado en sí mismo, creando nuevos mercados (océanos azules) para no competir en los ya existentes (océano rojo).

Aportar valor al usuario-comprador-consumidor para diferenciarse y posicionarse como una oferta-marca ante la mente del usuario es uno de los grandes retos de las organizaciones, de la oferta para cubrir las necesidades del mercado o sector.

¿Innovar es aportar valor al usuario?

Sí. Por tanto, innovar es una forma de aportar valor al mercado, al usuario.

Si nos centramos en el sector educativo, en el sector formativo, en el sector cognitivo (el sector educativo en breve “se sumará” a este “nuevo” concepto) la INNOVACIÓN ha estado tradicionalmente excluida, no sea ha tenido en cuenta. La educación se ha posicionado, muchas veces, como algo estable, sin cambios, donde los valores eran una de las grandes bazas, la estabilidad, estar exento de riesgos y la tradición se valora/valoraba de forma excesiva o única.

Y desde hace unos 15 años aproximadamente (¿ha tenido que ver el terremoto I-n-t-e-r-n-e-t también como en otros tantos ámbitos?) el sector educativo comienza a mirar, a virar hacia la **innovación** como elemento constructivo de su desarrollo. No solo como un elemento constructivo, sino también necesario e indispensable.

Muchos centros educativos han tomado la **innovación** como elemento de diferenciación. Hay algunos ejemplos conocidos, y no solo universidades o proyectos universitarios como la Team Academy (Tiimi Akatemia en finlandés) o la Minerva Schools, sino otros centros como las escuelas VITTRA o los colegios peruanos Innova Schools. Todos ellos ejemplos muy interesantes que aportan



Nivel 1 básico y fundamental de innovación diferencial

Implicación del equipo de profesores, docentes

Es uno de los elementos diferenciadores: tener un equipo docente implicado, innovador, motivado, formado, con cierta estabilidad pero también con rotaciones e incorporaciones selectivas, comunicador, creador y en constante visión para mejorar. Muchas veces la gran innovación es el equipo de profesores. De hecho, hay algunos proyectos en San Francisco (USA) donde buscan los mejores profesionales, en otras disciplinas, para el desarrollo de estos.

Aplicación de metodologías activas y transformadoras

El entorno ha cambiado: economía colaborativa, economía circular, solidaria y social, digital, nuevos entornos de comunicación (“No estamos en una época de cambios, sino en un cambio de época”)... Un infinito abanico que hace que el hoy no se parezca al ayer y muy poco al mañana, al futuro. ¿Cómo seguir trabajando como profesional educativo igual que cuando empezamos o nos preparamos? ¿Haciendo lo mismo que hace diez años? Sin miedo, hay que aplicar las metodologías activas y explicarlo a las familias. No es un tema de moda, sino que el alumnado está viviendo, aprendiendo, estudiando, etc. en un entorno “diferente” al que el centro educativo ofrece. *¿No lo has visto en un tutorial?*

Diseño de los espacios de aprendizajes

Si las casas cambian, si las oficinas cambian (espacios de *coworking*, *openspace*...), si los centros comerciales cambian, si los hospitales cambian... como espacios, ¿por qué no van a cambiar las aulas, los patios, los gimnasios de nuestros centros educativos? Según algunos estudios, el peso en el aprendizaje de los espacios y formatos donde aprendemos, es de un 25%. ¿Cómo no pensar en el formato de aula, en las ágoras, en los pasillos para compartir?

Uso adecuado de la tecnología

Muchas veces se ha asociado innovación a tecnología. En parte es así, pero no solo. En educación, la tecnología aporta, pero también la técnica y la metodología (pongamos el caso de los atletas, de los saltadores de altura y su estilo de salto, donde la tecnología no ha cambiado mucho pero sí la técnica). Dando por hecho que la tecnología es impor-



una visión de la educación y la formación innovadora, incluyendo el desarrollo organizativo escolar que muchas veces se excluye para los cambios necesarios..

Decir también, o recordar, que en el sector educativo han habido (excepciones) cambios y capacidad de innovar. Desde hace muchos años, por no decir siglos. Recordemos los métodos o pedagogías Montessori, Waldorf... Pero eran excepciones y llegaban a un público, a un número de familias y alumnos, muy bajo, por no decir, minoritario.

La visión de la **innovación** en el sector educativo se está convirtiendo en un elemento básico, ya no solo para diferenciarse, que también, sino como elemento básico y de “supervivencia”.

Quien no **innove** (no significa estar todo el día cambiando o haciendo “cosas” nuevas), sino quien no innove adoptando los cambios e innovaciones necesarias para un desarrollo actual y adecuado de la educación, del servicio educativo, se quedará atrás y tendrá que convivir con otros aspectos.

¿Innovación para diferenciarse?

En este momento sí, pero en unos 20 o 30 años será innovar para poder existir como oferta actual y adecuada educativa.

La innovación permite diferenciarse en diversos aspectos en dos grandes niveles:

tante (pantallas, ordenadores, tabletas, *softwares*, plataformas de gestión...) un hecho importante en el futuro serán las aplicaciones de la inteligencia artificial, va a ser crucial.

el centro) y la convivencia (no al acoso escolar, al abuso de las pantallas...). Los centros educativos deberán tener planes y directrices de desarrollo en estos dos ámbitos.

Nivel 2 contextual de innovación diferencial

Actividades complementarias y extracurriculares

El centro educativo no es solo un lugar para estudiar y aprender contenidos y conceptos (currículum), también es un espacio y un momento de socialización y de competencias. El desarrollo de actividades complementarias ricas, novedosas, accesibles es un gran valor diferencial. El deporte, el desarrollo del cuerpo, la robótica, los drones, los grupos scouts y de ocio y tiempo libre, el ajedrez, la programación, el arte, el diseño... Un sinfín de aportaciones innovadoras que el centro puede ofrecer y articular.

Evaluación y medición

Hay que medir y valorar. No solo una evaluación competencial de los alumnos y su trabajo, también evaluaciones de impacto, evaluaciones longitudinales en el tiempo. Se califica mucho en educación, pero no se mide o evalúa de otro modo. Hay que comenzar a diferenciarse en este sentido. Centro educativo que no “mida” (y se puede medir y valorar de muchos modos) no tendrá capacidad para innovar y para diferenciarse con su entorno y con ellos mismos en el tiempo.

Multilingüe y en red

Los centros no pueden estar aislados. Trabajar en red, rotar los profesores en otros centros, ver lo que hacen otros, hacer proyectos en conjunto, profesores que entran en aulas de sus compañeros y les dan un *feedback* posterior, etc. será diferencial. Esto requiere un trabajo organizativo escolar novedoso y muy innovador. Y por supuesto, los idiomas y los lenguajes. No solo el tema idiomas para la globalización, también el lenguaje visual, el lenguaje y matemático, lenguaje artístico serán una base de diferenciación para los alumnos.

Atención a la diversidad y a la convivencia

Dos puntos hay que tener muy en cuenta: la diversidad y la convivencia en el centro. Puede que no sea diferencial, pero sí es necesario para que el centro se desarrolle con talento y armonía: la diversidad de los alumnos (poner al alumno en

Por todo ello, la innovación es un eje estratégico de la educación, de los centros educativos y formativos, no solo como diferenciación frente a quien no lo hace, sino como pilar de desarrollo y de respuesta al entorno cambiante. **RM**

