

**TRABAJO ESCRITO MISIÓN INTERNACIONAL OPCION DE GRADO
GESTIÓN EN LA INNOVACIÓN**



**NATALIA ELIZABETH VARGAS HERRERA
COD.6304235**

**CONTADURIA PUBLICA
FAEDIS
FEBRERO 2021**

**GESTIÓN DE UN PROCESO DE INNOVACIÓN PARA UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A
OFRECER CLASES COMPLEMENTARIAS, DE REFUERZO Y APOYO EN LÍNEA PARA
ESTUDIANTES Y PROFESIONALES EN LAS ÁREAS DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**



NATALIA ELIZABETH VARGAS HERRERA

COD.6304235

JOSE RAMIRO NIETO ECHEVERRY

TUTOR

CONTADURIA PUBLICA

FAEDIS

FEBRERO 2021

RESUMEN

En este ensayo se observará un análisis realizado a la gestión de un proceso de innovación para una empresa que se dedica a ofrecer clases complementarias, de refuerzo y apoyo en línea para estudiantes y profesionales en las áreas de ciencias económicas, administrativas y contables.

El éxito en la gestión de la innovación debe involucrar una cultura del conocimiento como principal elemento, de forma que permita identificar características de cada aprendiz o estudiante, para hacer énfasis en actividades particulares que permitan el aprendizaje.

Para este caso analizado, el proceso de innovación se cataloga como informal, pues se necesita analizar las dificultades y necesidades que cada estudiante presenta.

ABSTRACT

In this essay we will observe an analysis carried out to the management of an innovation process for a company that is dedicated to offering complementary classes, reinforcement and online support for students and professionals in the areas of economic, administrative and accounting sciences.

Success in innovation management must involve a culture of knowledge as the main element, so that it allows identifying characteristics of each learner or student, to emphasize particular activities that allow learning.

For this analyzed case, the innovation process is informal, since it is necessary to analyze the difficulties and needs that each student presents.

Palabras clave: Innovación, creatividad, gestión, características del aprendizaje

Keywords: Innovation, creativity, management; learning characteristics

“Las mentes son como los paracaídas, trabajan mejor cuando están abiertas”

(T.Dewar)

Tabla de Contenido

Introducción.....	7
Objetivos.....	9
Objetivo General.....	9
Objetivos específicos.....	9
La innovación en la enseñanza.....	10
El refuerzo académico para mejorar el aprendizaje	11
El aprendizaje basado en problemas	11
Constructivismo	12
El proceso de la gestión de la innovación en el diseño de los refuerzos académicos	14
¿Por qué a estudiantes o profesionales de las áreas de Ciencias Económicas, administrativas y contables?	15
El conocimiento como elemento de la innovación	16
Factores para la gestión del conocimiento	17
Tipos de conocimiento	20
La generación de ideas y su relación con la innovación	22
Conclusiones	24
Referencias	25
Webgrafía	27

Introducción

En el momento actual, en que todas las personas y empresas necesitan innovar, el asunto no es solo innovar sino buscar hacerlo de una forma diferente a la competencia. Concluido el Diplomado sobre Gestión en la Innovación, con la Universidad de Valencia- España, se han profundizado muchos conocimientos importantes sobre los conceptos de innovación, como implementarla y por supuesto cómo gestionarla.

Innovar es generar ideas que crean valor en un momento determinado y que se activa por una oportunidad de cambio para los clientes, teniendo en cuenta sus expectativas y desafíos, no es necesariamente tener creatividad, se necesita ejecución y mejoramiento en el desempeño. La importancia de la innovación radica en que, si las empresas sienten que hay que hacer cosas diferentes buscando resultados distintos, entendemos que se necesitan ideas nuevas; sus negocios necesitan crecer y son conscientes de que no lo conseguirán tan fácilmente, mediante los métodos que han usado tradicionalmente, por lo que se necesitan nuevos elementos de servicio y procesos para aumentar sus resultados. La presentación al cliente de los productos o servicios debe diferenciarse de los de la competencia, requieren estrategias nuevas para atraer y retener los usuarios o clientes. Estos elementos nos llevan a entender que la innovación es esencial para la estabilidad y la supervivencia de los negocios, pues el mercado cambia constantemente, se necesita tener ideas nuevas para enfrentar los cambios.

Las entidades no solo deben innovar en nuevos servicios o productos, se debe innovar implementando u optimizando procesos, con nuevas experiencias y modelos negocio de servicio y, por qué no, con alianzas estratégicas.

Para innovar se necesita liderazgo (para planificar y desarrollar la estrategia, para crear la cultura, para aprender a autoevaluarse), creatividad (el proyecto debe ser nuevo y original) y comunicación (todos hablamos el mismo lenguaje, vamos por el mismo camino).

De igual manera, se deben implementar procesos tales como diseño y desarrollo de estrategias, esto incluye definición de unos objetivos alineados con los de la empresa, definiendo las áreas que deben implementar sus esfuerzos y los presupuestos que esto implica. Las ideas se deben identificar y monitorizar en pro de las nuevas oportunidades, cómo benefician a los clientes y cuáles van a ayudar a potenciar el negocio.

En lo referente a las herramientas necesarias para innovar, lo importante es que aporten los puntos necesarios para concluir que un proyecto sea innovador, analizar quiénes y cómo son nuestros clientes, cómo se relacionan con nosotros, qué necesitan y esperan de nosotros; la metodología Design Thinking, permite que las empresas desarrollen sus ideas innovadoras construyendo productos, servicios y soluciones enfocados en las personas. Las fases de esta metodología son la observación, la generación de las ideas, el diseño de un prototipo y la prueba de las soluciones en la realidad. Sabiendo quién es el cliente, sabremos a quién escuchar, con quién debemos empatizar, las situaciones actuales y las características psicométricas.

Nada más representativo que la innovación para un proceso de clases complementarias y de refuerzo en línea, en la empresa analizada se aprovechan las herramientas tecnológicas para asesorar académicamente estudiantes de ciencias económicas, administrativas y contables, con dificultades en sus procesos académicos. Se debe innovar en la clase que se aborda, el objetivo es que afiance y amplíe sus conocimientos, si vemos qué hace, qué ve y qué oye, identificamos el problema y sabremos qué quiere obtener.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la innovación y la capacidad creativa como potencializadores en la implementación de clases de apoyo académico en línea a estudiantes y profesionales de las Áreas de ciencias económicas, administrativas y contables.

Objetivos específicos

Alinear la gestión del conocimiento a la estrategia de la organización para ofrecer servicios innovadores, aprovechando las oportunidades que los medios tecnológicos ofrecen.

Analizar las políticas de la organización para soportar la adecuada gestión del conocimiento en pro de los mejores resultados para los colaboradores y para los estudiantes que necesitan el apoyo académico.

Mostrar las clases complementarias en línea, como una herramienta didáctica que aprovecha cada vez más los medios tecnológicos y que utilizan los estudiantes en pro del logro de mejores resultados académicos.

La innovación en la enseñanza

Enseñar con innovación, Implica diferentes topicos, que conduzcan a la búsqueda de aprendizaje integral y significativo de un estudiante. Esto debe traducirse en un continuo acompañamiento y renovación. Cañal de León en 2002 aborda el tema de innovación “como un conjunto de ideas, procesos y estrategias, más o menos sistematizados, mediante los cuales se trata de introducir y provocar cambios en las prácticas educativas vigentes”. Esto se refiere al continuo trabajo de un equipo, para crear cambios que impacten en el estudiante y le permitan adquirir el conocimiento que requiere en un momento determinado. Siempre demanda procesos de investigación, capacitación y autogestión de los docentes, para que la entidad se convierta en agente de cambio.

Fullan y Stiegelbauer, en **The Meanig of Educational Change**, en 1991, involucran, además del docente, otros actores para el éxito del proceso formativo: el director(a) y su equipo, los estudiantes y la comunidad (de la que hace parte la familia). Toda la comunidad educativa debe estar comprometida con el aprendizaje y buen desempeño académico del estudiante, sin embargo, existen momentos en que el profesor de entidad educativa, en su afán de avanzar con sus temas no observan los inconvenientes y necesidades de un estudiante.

Específicamente, cuando un estudiante se encuentra ya haciendo su proceso técnico, tecnológico o de pregrado, la dificultad en un área de aprendizaje no puede no ser suplida en su familia o circulo cercano, ya que son materias y temas más específicos, por lo que se necesitaría acudir a instituciones que ofrezcan propuestas que suplan sus necesidades, de forma creativa y específica.

El refuerzo académico para mejorar el aprendizaje

Un refuerzo académico es una actividad que se diseña y desarrolla de manera adicional y complementaria a las clases cotidianas y debe partir de las necesidades de cada estudiante para permitirle adquirir o reforzar habilidades en un tema específico.

Jackson y Graesser (2006), advierten que en los procesos para fortalecer los aprendizajes requieren de las habilidades pedagógicas de los tutores, la motivación de los estudiantes y el compromiso de ambas partes. El objetivo de un refuerzo académico debe ser buscar enriquecer y consolidar el aprendizaje, en pro de un mejoramiento en el rendimiento académico.

Es indiscutible que el apoyo pedagógico favorece el mejoramiento académico y constituye una herramienta de innovación académica. El refuerzo académico mediante clases virtuales es una medida de apoyo a los estudiantes que puedan tener dificultades para comprender un tema específico o un área particular del conocimiento.

La mayor parte de dificultades de aprendizaje de los estudiantes (exceptuando situaciones psicológicas o de salud), se deben a la poca habilidad para desarrollar las destrezas en un campo específico del conocimiento, no existe un factor teórico que defina cómo lograr un rendimiento óptimo y adecuado para cada estudiante. Cada estudiante aprende a su ritmo y existen poca eficiencia para adquirir hábitos correctos de estudio y trabajo, poca motivación, falta de empatía con el área y con el docente.

El aprendizaje basado en problemas

Según Barrows en su libro **Una taxonomía de métodos de aprendizaje basados en problemas** (A Taxonomy of problem based learning methods, 1986), es “un método de aprendizaje basado en el principio de usar problemas como punto de partida para la

adquisición e integración de los nuevos conocimientos”; sobre este enunciado se infiere que si el estudiante genera un conflicto (o un vacío) cognitivo, ahí se detectan necesidades de aprendizaje a las que se debe buscar solución. Ahora, el siguiente paso es buscar soluciones a esta situación; se acude luego a clases complementarias, las cuales, mediante diferentes actividades, deben conducir a aprendizajes significativos que consigan el desarrollo de las competencias.

Para efectuar un correcto refuerzo académico, se debe equilibrar el conocimiento y la motivación, sensibilizando, investigando sobre la situación, afianzando conocimientos y desarrollando habilidades y destrezas que permitan mejorar el rendimiento escolar de los estudiantes.

Sonia Silva, en su libro de **Atención a la Diversidad** dice que el refuerzo académico “debe entenderse como una medida educativa diseñada por un profesor y dirigida a ayudar al alumno en las dificultades escolares ordinarias que pueden surgir a lo largo del proceso de aprendizaje” y la tecnología es la herramienta de ayuda para estimular y permitir retroalimentar un proceso cognitivo en los estudiantes: los refuerzos académicos no deben hacer parte de todo un año escolar, se acude a ellos para desarrollar habilidades específicas.

Constructivismo

Para Jean Piaget el conocimiento es una construcción del sujeto y que se produce día a día interactuando con factores cognitivos y sociales; es un proceso continuo que genera resultados día a día (Pedro J. Saldarriaga Zambrano, Guadalupe del R. Bravo Cedeño, Marlene R. Looor Rivadeneira, 2016).

Partiendo de esta base y del deseo de aprender, el estudiante, y, seguramente su familia, deben detectar el error, el vacío o la necesidad y sobre esto se debe corregir. El profesor que

ejecuta el acompañamiento académico debe hacer un análisis inicial de las bases que tiene sobre el tema, “reforzar” y construir el nuevo conocimiento.

La innovación de esta empresa en las estrategias metodológicas debe contribuir a la construcción del conocimiento en espacios extracurriculares, permitiendo que los estudiantes alcancen el aprendizaje y consigan su desarrollo integral en una o varias áreas del conocimiento. En cualquier momento del aprendizaje puede surgir la dificultad, puede deberse a momentos de poca motivación, el clima escolar y situaciones socioculturales o económicas del momento por el que estudiante está atravesando. En este sentido, el refuerzo académico se debe comprender como una acción para apoyar un grupo específico de estudiantes, en temas y áreas diferentes, que en el momento pudieron no alcanzar los logros académicos o necesitan ampliar o conocer un tema en especial.

El proceso de la gestión de la innovación en el diseño de los refuerzos académicos

La posición competitiva de una empresa está sostenida en el factor innovador que ésta genere, si no se aplica, los nuevos productos o servicios no se pueden generar, de esto dependerá su aceptación en el mercado. Entonces, siguiendo esta dirección, todas las empresas deben generar estrategias que tiendan a gestionar procesos innovadores para adquirir mayor capacidad para adaptarse y generar ventajas competitivas que le permitan ser escogidas.

De acuerdo a los conceptos estudiados en el Diplomado, en la gestión de la innovación en una organización, aparecen tres componentes importantes, sobre los cuales se condiciona el proceso de Innovación:

Elementos que hacen parte del negocio o del mercado en que se desarrolla el negocio:

Se basa directamente en aceptar un riesgo y orientar el mercado a suplir y cubrir las necesidades de los clientes, manteniéndolo involucrado en el desarrollo de los servicios. Es decir, en nuestra empresa se debe conocer muy bien al cliente (estudiante y familia) y desarrollar las actividades en conjunto con ellos, teniendo en cuenta sus expectativas y comentarios.

Elementos organizativos de la empresa: Se deben implementar oportunidades, permitir la cooperación de otras organizaciones y fijar procesos de planificación y control. Los procesos de innovación deben ser implementados colaborativamente con el estudiante, familia y, si es posible, con la institución educativa y el docente.

Elementos externos: Se asocian con el sector del que hace parte la empresa, las políticas gubernamentales y económicas que inciden en ella. Se refiere a los lineamientos que el

Ministerio de Educación y el Gobierno, tengan fijados, se refiere a la malla curricular, tópicos y logros que se esperan de un área del conocimiento en un periodo y año escolar.

¿Por qué a estudiantes o profesionales de las áreas de Ciencias Económicas, administrativas y contables?

El emprendimiento que se analiza, ofrece clases de refuerzo en línea a estudiantes escolarizados o particulares, que necesiten mejorar sus habilidades y superar sus dificultades específicamente en las áreas que hacen parte de las Ciencias de la Economía (Teoría Económica, Economía política, geografía económica, filosofía de la economía, microeconomía, macroeconomía, entre otras) y las Ciencias Administrativas y Contables (Matemática financiera, finanzas, estadística, contabilidad). La innovación se asocia con esta actividad en el sentido de la gestión que se consiga desarrollar frente al cambio, bien sea dentro de la empresa, el entorno y el apoyo tecnológico. “La manera en que se organizan las actividades innovadoras y la forma en que han sido incorporadas las competencias organizacionales, productivas y tecnológicas en los procesos de innovación” (Hernandez & Sanchez, 2003, p.263). Para que un estudiante logre sus objetivos de aprendizaje, la empresa debe organizar actividades innovadoras, apoyadas en la tecnología, que le desarrollen y diferencien con la competencia.

Es obvio que las actividades de innovación deben variar de una organización a otra, este negocio se debe reconocer como la herramienta educativa que ayude a los estudiantes y profesionales que necesiten reforzar sus conocimientos, reconociendo y de la mano de los currículos de las Universidades o centros educativos que ofrecen estos programas, cuyo eje central sea la economía.

Las empresas que se dedican a la educación deben generar cambios progresivos, a la par de los cambios tecnológicos para dar como resultado un cambio significativo en pro de los buenos resultados de sus estudiantes; no es innovar exitosamente en una o algunas ocasiones, la base de la innovación es la búsqueda de la eficiencia para que permita transferir las nuevas ideas en el servicio, esto se fundamenta en la gestión del Conocimiento.

El conocimiento como elemento de la innovación

Es necesario que la organización establezca su propia cultura de innovación con el fin de identificar los factores importantes del proceso y que le permitan ofrecer soluciones efectivas (el afianzamiento del conocimiento, la superación de la dificultad con un tema académico específico, el aprendizaje de un nuevo tema o habilidad).

En conocimiento, además es un recurso para mejorar la competitividad de las organizaciones. En esta empresa es un factor relevante. Ese conocimiento de todos los colaboradores de la organización (tutores y coordinadores), debe ser compartido para generar ideas y se implementen acciones para la creación de nuevos servicios.

De acuerdo a Benavidez & Quintana, “la creación del conocimiento organizativo supone un requisito previo para cualquier empresa que pretenda hacerse una ventaja competitiva”; En cualquier ámbito encontramos conocimiento, bien sea, individual, del grupo o en la sociedad. En cada uno se debe trabajar el aprendizaje para proveer lo mejor a los usuarios.

Según González y Dante (2016), “el conocimiento individual es creado por y existe en el individuo, y el conocimiento social es creado por y es inherente a las acciones colectivas e interacciones realizadas por individuos que actúan como grupo”. En este sentido, el conocimiento individual es el que posee cada uno de los miembros de la organización (es decir, es el que tiene el profesor de determinada materia), son las habilidades y experiencias que cada tutor tiene para dictar su clase. El conocimiento en la sociedad, se genera con las

relaciones entre los mismos miembros de la organización, con trabajo en colaborativo y en equipo. Con esto se estructuran los sistemas propios de la organización, su prospecto e identidad. Acá entran a jugar factores relevantes como la identidad organizacional y el sentido de pertenencia que deben desarrollar todas las personas que hacen parte del equipo de trabajo. Para la Coaching Carolina Hernandez (2020), “la Identidad organizacional es la forma en la que se produce una huella de la organización que, provoca, a su vez la identificación de los colaboradores con la organización” y según El Centro de psicología de la Clínica Alarcón, en su artículo **La identidad y el sentido de pertenencia**, cuando hablamos de “sentido de pertenencia, nos referimos al sentimiento o la conciencia de formar parte de un grupo en el que adquirimos modelos de referencia, que influyen directamente en nuestras características”.

La innovación comienza en el criterio de selección de los colaboradores, tener claro el perfil y las tareas que le serán asignadas, los aportes que podrán dar a la empresa, la capacidad de comunicación y de trabajo en equipo. Según C. Hernandez (2020), “cuanta mayor identificación exista de los colaboradores con la organización, mayor fluidez existirá y mayor eficacia y rentabilidad se obtendrán”.

La constante retroalimentación, las experiencias anteriores, el ensayo y el error, serán elementos para crear la ventaja competitiva de la empresa.

Factores para la gestión del conocimiento

El conocimiento es un recurso indispensable, pues es utilizado para realizar todas las actividades que cumple la empresa. “En ciertos casos, es un recurso escaso y relevante o valioso para la organización” (Grant, 1998, p. 10”).

Podemos definir los factores para efectuar una correcta gestión del conocimiento, de la siguiente manera:

Cultura: Todo el personal de la organización debe reconocer las ventajas de identificar y valorar el conocimiento con que cada uno cuenta, con el fin de generar nuevas oportunidades en la organización.

Wei y Miraglia (2017), definen la Cultura Organizacional “como un concepto multifacético a partir de un patrón de supuestos básicos compartidos aprendidos por un grupo a medida que surgen problemas de adaptación externa y de integración interna, y que ha funcionado lo suficientemente bien como para ser considerado válido”.

Para que en una empresa se logre una adecuada gestión del conocimiento, es fundamental que los empleados interactúen. Se deben facilitar las interacciones naturales. Específicamente, los tutores y sus coordinadores deben trabajar en equipo, analizando las necesidades del cliente (estudiante y padre de familia), para proveer un trabajo que busque solucionar sus necesidades en el momento requerido.

Procesos: Actividades que generan un valor agregado a la empresa y a los clientes.

Existe mucha competencia en este campo, profesores para refuerzos se encuentran con mucha facilidad en el mercado, entonces el “valor agregado”, será lo que le haga diferente y será el que le permitirá lograr los objetivos en el campo académico requerido y en el tiempo que se necesita. Es una empresa enfocada directamente hacia los estudios económicos.

Si la necesidad del estudiante de Contaduría Pública es en Matemática Financiera en, por ejemplo, el plus que ofrece la innovación es un tutor especializado en la materia específica para esa carrera, no un profesor de matemáticas.

Tecnología: Herramientas de software que permiten evaluar la metodología, procesos, lineamientos y políticas, sobre las que se trabaja para mejorar los procesos de la empresa.

Citando el estudio de **Gestiópolis sobre tecnologías de la Información y gestión del conocimiento**, “en los últimos años, las tecnologías de la información a través de plataformas digitales, han jugado un papel muy importante en lo que a los procesos de gestión del conocimiento se refiere, ya que han permitido desarrollar los espacios necesarios para la interacción entre los miembros de la organización (internos y externos) por medio de un espacio digital, de manera que la interacción entre ellos garantice el intercambio de conocimiento en el desarrollo de nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades que los clientes demandan”.

Específicamente para esta organización, la creación de procesos tecnológicos (ayudas, interactividad, links y plataformas de apoyo), serán el apoyo fundamental para el logro de la misión educativa.

A partir de la gestión del conocimiento surgen estos elementos:

Propiedad Intelectual: Es un activo intangible tan o más importante que los activos tangibles de la empresa. Permite identidad competitiva y sostenible. Esta organización puede tener en su inventario solo equipos de computación (o ni siquiera son propios de la empresa, son propiedad de los tutores), pero el conocimiento adquirido del estudio, las conferencias, seminarios, las clases autónomas, es el activo más importante de la empresa. Según Arias (2007), “la Gestión del Capital Intelectual y la Gestión del Conocimiento son términos que pueden llevar a confusión, porque en ocasiones sus contenidos pueden llegar a solaparse al estar mutuamente interrelacionados”.

Cultura organizacional y Capital Humano: Todos los colaboradores deben ser conscientes y entender la importancia de la gestión del conocimiento en la política interna de la empresa.

Para Sensuse et al., (2015), “la cultura organizacional se convierte en un reto para fomentar la

limpieza, la burocracia, la eficacia, entre otros, contiene competitividad, responsabilidad social, apoyo a la innovación y al rendimiento”.

El trabajo constante de los tutores, es estudio auto dirigido, el aprendizaje estratégico y reflexivo, serán lo básico en la gestión del conocimiento, así se transmitirá a los estudiantes.

Relaciones con terceros: Forma de interactuar con clientes y competidores. Se refiere a la manera de vincularse con padres, estudiantes, y, por qué no, las entidades educativas o los docentes del área del conocimiento en las instituciones. Estas relaciones se basan en los intereses, las actividades, las emociones y los sentimientos.

Tipos de conocimiento

Tácito: Conocimiento adquirido cuando iniciamos en una organización o un nuevo proyecto.

“Es aquel conocimiento que es altamente personal, es difícil de formalizar y de comunicarlo a terceras personas, se encuentra conformado por habilidades técnicas (conocidas como know – how) y por una serie de dimensiones cognitivas: creencias, estructuras mentales y perspectivas propias, debido a su alta complejidad es difícil expresarlo” (Chakravarti, 2003).

Quienes tuvieron la idea de negocio, tienen el conocimiento y la estructuración para impartir clases de refuerzo académico para estudiantes y profesionales en las áreas de Ciencias Económicas, administrativas y contables.

Explícito. Transmisible con lenguaje formal. “Conocimiento sistemático, basa su estructura en reglas formales, por el cual es fácilmente conocer gran cantidad de información existente en la organización. Conocido también como conocimiento organizativo, el conocimiento explícito reside en la organización como resultado de un aprendizaje o un proceso de conversión proveniente del conocimiento tácito” (Chakravarti, 2003).

Es el conocimiento adquirido en la relación con los compañeros y con la experiencia del trabajo con las clases virtuales. En esta organización, el proceso de innovación se caracteriza por su informalidad pues el trabajo y la gestión estratégica de la tecnología se origina para solucionar problemas específicos. Volviendo al ejemplo, si el estudiante requiere un refuerzo en el área de matemática financiera, las clases y las ayudas tecnológicas se deben enfocar en primera instancia en la proposición de actividades para plantear situaciones problemáticas relacionadas con el contexto, al tiempo que discusiones para compartir resultados y posibilidades de solución. Por el contrario, si la dificultad está en el área de Microeconomía, las ayudas tecnológicas deben llevar al estudiante a conocer los factores y reglas económicas que le permitan superar su dificultad, a la vez que le deben proveer ejercicios que fomenten la investigación y la constante actualización de normas y procedimientos.

La generación de ideas y su relación con la innovación

Aprovechar las ideas y proposiciones de quienes componen la organización, es una ventaja competitiva en cualquier organización. La creatividad se refiere a la generación de las ideas de todos los colaboradores en pro de una excelente gestión de la empresa, apoyado por un trabajo en equipo colaborativo, serio y bien implementado. La implementación de ese proceso de generación de ideas es la innovación orientada al logro de las metas de la empresa.

Este tipo de negocio no puede operar bajo un sistema rígido con áreas incomunicadas, así no se puede formular una estrategia innovadora sólida. Entonces, se debe entender que la innovación debe hacer parte de la rutina diaria, haciendo parte de todas las acciones que se ejecutan en la empresa.

Así lo rarifica Velasco-Balsamedia (2008): “La empresa puede instaurar procesos de innovación muy sofisticados y perfeccionados, pero si éstos no se ven acompañados y reforzados por el conjunto de elementos que la componen, el proceso se verá restringido”.

La capacidad que tiene el hombre para innovar y crear es esencial, un desarrollo profesional dinámico es el productor de una sociedad que apuesta al desarrollo humano y social. Para Carneiro (2007), “el aprendizaje y logro de competencias significa flexibilidad, interacción y colaboración que determina el intercambio de conocimiento y experiencias de aprendizaje”.

Así se observa como la Innovación es una herramienta radical que identifica capacidades creativas en la implementación de las clases de refuerzo y apoyo académico en línea, cumpliendo así el objetivo de este ensayo e impulsando un proceso de cultura y transformación digital sostenible en el tiempo, con un modelo de negocio que ofrece nuevos servicios y tecnologías diseñadas para enfrentar los cambios continuos del mercado. Aquí vale la pena que se incluyan las fortalezas del negocio, tales como el Bajo costo en la inversión inicial, se ahorra tiempo y esfuerzo y excite la facilidad de conseguir un prestigio rápidamente.

Finalmente, si en esta empresa, las personas, los procesos y las herramientas aplican los conceptos y aplicaciones de la gestión de la Innovación, se lograrán superar los retos que se tienen, de acuerdo a sus propias características: Es importante tener en cuenta las actitudes que, sin duda, aportarán al éxito de su gestión;

- Integrar la innovación involucrando a todos los miembros que trabajan para ella. Los tutores deben trabajar en una línea de aporte de ideas constantes para innovar en la enseñanza.
- Deben aplicarse en todo momento, procesos de control de calidad y de eficiencia.
- Óptimos canales de comunicación dentro de la empresa y fuera de ella.
- La dirección debe enfocarse en todo momento al liderazgo, motivación y el compromiso del capital humano de la organización.

Vargas, Malaver y Zerda (2003) hablan sobre la informalidad que caracteriza a los procesos de innovación en algunos sectores y organizaciones. En este específico, es el caso, ya que no obedecen la gestión de la tecnología, sino que son originadas para la solución de problemas y como respuesta a las necesidades de los usuarios y, obviamente, aprovechando las oportunidades que ofrece el mercado.

Conclusiones

- La implementación de un programa de innovación en un emprendimiento que busca diferenciarse de la competencia ofreciendo clases complementarias y de refuerzo académico para estudiantes de las Áreas de Ciencias de la Economía, administrativas y contables, debe estar incluida en las estrategias del negocio, buscando que los esfuerzos y el trabajo de todo el equipo sean sostenibles en el tiempo, todo el grupo debe ir en la misma dirección.
- Una constante retroalimentación de las experiencias, debe convertirse en elemento fundamental en el proceso de gestión de la innovación del negocio, debe evaluarse constantemente el servicio, conocer cómo fue la experiencia del usuario permite analizar, reevaluar y generar cambios.
- La cultura innovadora debe ser fomentado en el grupo de trabajo, el sentido de pertenencia, el trabajo colaborativo apoyado con un respeto por la libre expresión. Los planes de comunicación deben ir dirigidos a desarrollar las competencias, tanto del equipo de trabajo como de los clientes a los que se les presta el servicio.
- La gestión del conocimiento y la cultura empresarial son el aliado estratégico de la Dirección de la Empresa para la implementación del proceso de innovación. Todo debe dirigirse al logro de la meta, el aprendizaje del estudiante.

Referencias

Arias, J.Cruz, H. Pedraza, M. (2007). Los escenarios de la gestión del conocimiento y el capital intelectual en los procesos de investigación.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2386972>

Barrows H.S. (1986) A Taxonomy of problem based learning methods, Medical Education.

<https://doi.org/10.1111/j.1365-2923.1986.tb01386.x>

Benavidez y Quintana, 2003. Benavidez Velasco, Carlos A., Quintana García, Cristina.

Gestión del Conocimiento y Calidad Total Asociación Española para la Creatividad.

<https://www.editdiazdesantos.com/libros/benavides-velasco-carlos-a-gestion-del-conocimiento-y-calidad-total-L03005520701.html>

Centro de Escritura Javeriano. (2020). *Normas APA, séptima edición*. Pontificia Universidad Javeriana, seccional Cali.

<https://www2.javerianacali.edu.co/centro-escritura/recursos/manual-de-normas-apa-septima-edicion#gsc.tab=0%C2%A0>

Grant, R.M.(1998) Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Madrid; Civitas.

[https://scholar.google.com.co/scholar?q=Grant,+R.M.\(1998\)+Direcci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica.+Conceptos,+t%C3%A9cnicas+y+aplicaciones.+Madrid%3B+Civitas.&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart](https://scholar.google.com.co/scholar?q=Grant,+R.M.(1998)+Direcci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica.+Conceptos,+t%C3%A9cnicas+y+aplicaciones.+Madrid%3B+Civitas.&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart)

Fullan y Stiegelbauer (1991), en **The Meanig of Educational Change**.

<https://recyt.fecyt.es/index.php/profesorado/article/view/48850>

Jackson y Graesser (2006), Applications of human tutorial dialog in AutoTutor: An intelligent tutoring system

<https://www.redalyc.org/pdf/1570/157013768002.pdf>

Saldarriaga-Zambrano, P., 2016. *La teoría constructivista de Jean Piaget y su significación para la pedagogía contemporánea ;Jean Piaget's Constructivist Theory and its Significance for Contemporary Pedagogy.*

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802932>

Sensuse, D., Cahyaningsih, E. y Wibowo, W. (2015). Knowledge Management: Organizational Culture in Indonesian Government Human Capital Management. *Procedia Computer Science.*

<https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.130>

Silva Sonia, (2007). Atención a la diversidad:Necesidades educativas especiales.

Guía de actuación para docentes.

https://books.google.com.co/books/about/Atenci%C3%B3n_a_la_diversidad.html?id=FYIIMqHNqfsC&redir_esc=y

Vargas, F. Malaver, A. Zerda (2003). La innovación tecnológica en la industria colombiana: Una exploración de sus recientes cambios.

<http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v17n27/v17n27a03.pdf>

Velasco-Balmaseda & Zamanillo-Elguezabal (2008). Evolución de las propuestas sobre el proceso de innovación: ¿Qué se puede concluir de su estudio?;Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.

[https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60027-6](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60027-6)

Wei, Y. y Miraglia, S. (2017). Organizational culture and knowledge transfer in project-based

organizations: Theoretical insights from a Chinese construction firm, International Journal of Project Management.

https://www.researchgate.net/publication/314265595_Organizational_culture_and_knowledge_transfer_in_project-based_organizations Theoretical insights from a Chinese construction firm

Webgrafia

Carolina Hernandez- Identidad organizacional.

<http://carolinahernandezcoaching.es/identidad-organizacional/>

Centro de Psicología Clínica Alarcón. (2015, 2 Marzo). La identidad y el sentido de pertenencia.

<https://alarconpsicologos.com/2015/03/02/la-identidad-y-el-sentimiento-de-pertenencia/>

Magisterio. (2017, 2 junio). *El aprendizaje basado en problemas: una metodología basada en la vida real.*

<https://www.magisterio.com.co/articulo/el-aprendizaje-basado-en-problemas-una-metodologia-basada-en-la-vida-real>

Semana (2018, 3 febrero.) *Claves de la gestión de innovación en una empresa.*

<https://www.semana.com/management/articulo/claves-de-la-gestion-de-la-innovacion-en-una-empresa/261799>

Techtarget (2017, febrero). *Gestión de la Innovación.*

<https://searchdatacenter.techtarget.com/es/definicion/Gestion-de-innovacion>