

Propuesta de innovación en Inversiones Innovalite S.A.S. para la personalización de luminarias LED a través de una plataforma web interactiva

Antonio Abelardez Gómez Cristian

Camilo Lozano Gutiérrez

Dickson Alejandro Ortiz García

Tatiana Velásquez Abella

Lina María Villada Aguirre

Asesora

Karla Nathalia Triana Ortiz

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería ECBTI

Diplomado de Profundización en Gestión de la Innovación para el Diseño de Productos y

Servicios

2025

Resumen

El presente informe describe el desarrollo de un proyecto de innovación aplicada en colaboración con la empresa Inversiones Innovalite S.A.S., enfocado en resolver un reto real relacionado con la personalización de luminarias LED. Mediante la implementación de metodologías ágiles como Design Thinking, OKR y herramientas de cocreación, se diseñó una plataforma web interactiva que permite a los usuarios configurar sus productos de iluminación según sus preferencias. El proceso incluyó fases de empatía con clientes reales, prototipado de la solución y validación de resultados. Los indicadores de satisfacción y eficiencia evidencian un impacto positivo en la experiencia del usuario y en el posicionamiento digital de la empresa. El proyecto demuestra cómo la innovación centrada en el usuario puede aportar soluciones efectivas y sostenibles en contextos empresariales reales.

Palabras clave: Innovación, cocreación, Design Thinking, iluminación inteligente, OKR, personalización.

Abstract

This report presents the development of an applied innovation project in collaboration with Inversiones Innovalite S.A.S., aimed at solving a real challenge related to the personalization of LED luminaires. Using agile methodologies such as Design Thinking, OKR, and co-creation tools, an interactive web platform was designed to allow users to customize lighting products according to their preferences. The process involved user empathy, solution prototyping, and validation of results. Satisfaction and efficiency indicators showed a positive impact on the user experience and the company's digital positioning. This project demonstrates how user-centered innovation can deliver effective and sustainable solutions in real business contexts.

Keywords: Innovation, co-creation, Design Thinking, smart lighting, OKR.

Tabla de Contenido

Introducción	8
Justificación	9
Objetivos.....	10
Objetivo General.....	10
Objetivos Específicos.....	10
Propuesta de Innovación en la Empresa Inversiones Innovalite S.A.S.	11
Conceptualización.....	11
Innovación incremental.....	11
Innovación disruptiva.....	11
Innovación abierta.....	11
Innovación en modelos de negocio.....	11
Design Thinking.....	11
Metodologías ágiles	12
Cocreación	12
Presentación de la Empresa	12
Metodología	12
Resultados.....	13
<i>Identificación del Reto Empresarial</i>	13
Análisis de Tendencias	15
Proceso de Innovación Empresarial.....	17
Diseño de Productos y/o Servicios	19
<i>Objetivos y Resultados Clave (OKR)</i>	23

Conclusiones	26
Recomendaciones	27
Referencias Bibliográficas	28

Lista de Tablas

Tabla 1 *Tendencias actuales en iluminación*16

Tabla 2 *Objetivos y Resultados Clave (OKR) diseñados por el equipo de trabajo*24

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Cuadro comparativo de conceptos</i>	17
Figura 2 <i>Diagrama del Proceso de Innovación Empresarial bajo el Modelo GIMI</i>	18
Figura 3 <i>Mapa de empatía</i>	20
Figura 4 <i>Lluvia de ideas para soluciones innovadoras en iluminación LED</i>	21
Figura 5 <i>Esquema del prototipo de la plataforma interactiva</i>	22
Figura 6 <i>Socialización del proyecto</i>	23

Introducción

La gestión de la innovación representa una de las competencias más estratégicas para las organizaciones en contextos altamente competitivos y digitalizados. Dentro del marco del Diplomado en Gestión de la Innovación para el Diseño de Productos y Servicios de la UNAD, se desarrolló un proyecto práctico de intervención en la empresa Inversiones Innovalite S.A.S., una organización colombiana dedicada a ofrecer soluciones en iluminación arquitectónica y tecnológica.

El proyecto surge de la necesidad de atender una problemática específica identificada en la interacción con clientes: la falta de herramientas digitales que permitieran personalizar luminarias LED desde la web. Esta carencia limitaba la experiencia del usuario, los tiempos de respuesta y la diferenciación comercial de la empresa frente a su competencia.

Mediante la aplicación de metodologías como Design Thinking, el modelo GIMI y los OKR, se buscó estructurar una solución viable, centrada en el usuario y alineada con las tendencias de digitalización e innovación. Esta propuesta no solo fue validada con usuarios reales, sino también integrada al contexto real de la empresa, evidenciando así el impacto positivo que la innovación estructurada puede generar en sectores tradicionales como el de la iluminación.

Justificación

El desarrollo de este proyecto responde a la necesidad real de una empresa colombiana del sector de la iluminación de adaptarse a los retos de la transformación digital y la experiencia del cliente. En un mercado donde los consumidores valoran cada vez más la personalización, la sostenibilidad y la eficiencia en los procesos, Innovalite se enfrenta a la urgencia de optimizar su sistema de atención y diseño de productos.

Desde el enfoque de la ingeniería industrial y la gestión de la innovación, el proyecto cobra gran relevancia al aplicar metodologías centradas en el usuario como Design Thinking, combinadas con herramientas de medición como los OKR, para lograr una solución viable, escalable y validada.

La solución planteada no solo apunta a resolver un problema funcional, sino también a mejorar la competitividad de la empresa, fortalecer su presencia digital, e impulsar la adopción de tecnología amigable con el cliente. Para los estudiantes participantes, representa una oportunidad de aplicar conocimientos en un entorno real, fortalecer su perfil profesional y generar impacto tangible en una organización nacional.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una propuesta de innovación que optimice la experiencia del cliente de Inversiones Innovalite SAS y fortalezca su competitividad en el mercado de luminarias LED, aplicando metodologías de gestión de la innovación.

Objetivos Específicos

Identificar un reto empresarial clave en Inversiones Innovalite SAS que impulsa el desarrollo de un proceso de innovación para mejorar su competitividad.

Desarrollar y aplicar un proceso de innovación, utilizando técnicas y métodos para el diseño y prototipado de una solución que responda al reto identificado.

Validar la factibilidad y adecuación de la solución propuesta frente a las necesidades y requerimientos de Inversiones Innovalite SAS y el mercado.

Propuesta de Innovación en la Empresa Inversiones Innovalite S.A.S.

Conceptualización

La innovación es el proceso mediante el cual se introducen cambios significativos en productos, servicios o procesos con el fin de generar valor. Según Brunetta (2023), innovar no es solo crear algo nuevo, sino lograr que ese cambio tenga un impacto real en la organización o en el mercado.

Tipos de Innovación

Durante el diplomado se abordaron varios tipos de innovación:

Innovación incremental consiste en pequeñas mejoras continuas a productos o procesos existentes.

Innovación disruptiva transforma radicalmente un mercado al introducir soluciones totalmente nuevas.

Innovación abierta involucra a actores externos en el proceso de creación de valor, como clientes, proveedores o universidades.

Innovación en modelos de negocio se refiere a la reinención de la forma en que una empresa genera ingresos o entrega valor (Brunetta, 2023; Muñoz Londoño et al., 2022).

Design Thinking

Es una metodología centrada en el usuario que busca resolver problemas complejos mediante la empatía, definición, ideación, prototipado y evaluación (Figuroa Peinado, 2022).

Permite diseñar soluciones viables y deseables con un enfoque práctico y creativo.

Metodologías ágiles

Las metodologías ágiles permiten gestionar proyectos de forma flexible, promoviendo la adaptación continua, la colaboración del equipo y la entrega de valor constante (Muñoz Londoño et al., 2022).

Cocreación

Es una estrategia de innovación donde los usuarios participan activamente en el diseño de productos o servicios, aportando sus ideas, necesidades y experiencias. Esto permite generar soluciones más ajustadas al mercado real y mayor aceptación por parte del cliente final (Aguirre-Villalobos et al., 2024)

Presentación de la Empresa

Inversiones Innovalite S.A.S. es una empresa legalmente constituida en Bogotá, Colombia, especializada en soluciones de iluminación arquitectónica LED. Su portafolio abarca luminarias para interiores y exteriores, con un enfoque en personalización y eficiencia energética. La empresa tiene visión de crecimiento sostenible, apuntando a la digitalización de su modelo de negocio y expansión del mercado mediante soluciones innovadoras y adaptadas al cliente. Su misión es brindar productos de alta calidad tecnológica con compromiso ambiental y diseño contemporáneo.

Metodología

A continuación, se describe la metodología implementada para diseñar y validar una solución de innovación centrada en el usuario en la empresa Inversiones Innovalite S.A.S. El enfoque se basó en herramientas de diagnóstico, vigilancia tecnológica, diseño participativo y evaluación estratégica, estructuradas en seis fases integradas.

Aplicación de una encuesta de innovación organizacional para evaluar el contexto interno de la empresa, Incluyendo recursos, liderazgo, procesos, cultura organizacional y disposición al cambio

Definición del desafío central de la empresa a abordar, analizando en un análisis estratégico de sus problemáticas y oportunidades.

Realización de una revisión sistemática para identificar tendencias relevantes que están transformando el mercado y el sector, centrándose en aspectos clave para la solución.

Aplicación de herramientas y marcos conceptuales del Global Innovation Management Institute (GIMI) para estructurar la propuesta de innovación desde una perspectiva estratégica y orientada al usuario.

Implementación de las cinco etapas del Design Thinking (empatizar, definir, idear, prototipar y probar) para generar una solución centrada en el usuario.

Formulación de objetivos estratégicos y resultados clave medibles para evaluar el impacto, la viabilidad y la proyección de la solución diseñada.

Resultados

Identificación del Reto Empresarial

Se utilizó una plantilla de análisis estratégico y herramientas de observación del contexto para comprender los desafíos de la empresa. Este instrumento denominado “Encuesta de Innovación Organizacional Colombiana” es una herramienta estructurada que permitió diagnosticar el nivel y tipo de innovación implementado por la empresa en distintos frentes estratégicos. Evaluó aspectos como la innovación en productos, servicios, procesos, mercadeo y organización, así como la protección legal de las innovaciones, las fuentes de financiamiento, las barreras enfrentadas y la efectividad operacional. Utilizó escalas de valoración que iban desde el

desacuerdo total hasta el acuerdo total, lo que facilitó medir percepciones y prácticas reales dentro de la empresa. Además, permitió identificar tanto los logros en innovación como las oportunidades de mejora, sirviendo como insumo clave para la formulación de estrategias orientadas al fortalecimiento de la capacidad innovadora empresarial.

Los resultados obtenidos en los distintos aspectos nos muestran que la empresa INVERSIONES INNOVALITE S.A.S. es una microempresa ubicada en Bogotá, dedicada al comercio de productos de iluminación arquitectónica y comercial. Con apenas siete empleados, esta pequeña empresa ha demostrado en los últimos cinco años un compromiso creciente con la innovación, tanto en productos como en servicios, buscando mantenerse vigente en un mercado competitivo.

En cuanto a sus productos y servicios, la empresa ha logrado introducir mejoras importantes que van más allá del aspecto estético, algunas de ellas nuevas para su mercado local. Estas innovaciones han sido desarrolladas principalmente por el equipo interno o en alianza con otras organizaciones, aunque no siempre con un presupuesto fijo destinado a tal fin, lo que limita su capacidad de expansión innovadora.

Desde el punto de vista de los procesos, se han realizado esfuerzos por mejorar la fabricación, la logística y el soporte administrativo, adaptando modelos externos o ajustando procesos internos. No obstante, estas mejoras han sido más reactivas que disruptivas, reflejando una estrategia de adaptación más que de liderazgo en innovación.

La empresa también ha explorado iniciativas complementarias como el desarrollo interno de software, la capacitación de personal y la adquisición de tecnología, aunque algunas de estas actividades no llegaron a completarse. A nivel de mercadeo, ha apostado por modernizar la

imagen de sus productos, mejorar sus canales de venta y ajustar sus precios con mayor flexibilidad, en sintonía con las demandas del consumidor actual.

En el plano organizacional, se han empezado a implementar cambios en la gestión interna y en la forma de relacionarse con aliados externos, aunque aún sin una estrategia clara y consolidada de innovación. La protección legal de las innovaciones, como patentes o registros, no ha sido una prioridad, lo que puede deberse a falta de conocimiento o recursos.

Finalmente, aunque se han identificado barreras como limitaciones financieras, falta de personal especializado y un mercado incierto, la empresa demuestra un fuerte enfoque en la mejora continua. Su compromiso con la calidad, la puntualidad y la capacidad de respuesta a las necesidades del cliente revela una cultura que valora la innovación como herramienta para crecer y diferenciarse.

A partir de esto, se formuló el siguiente reto de innovación:

¿Cómo podríamos permitir a los clientes personalizar sus luminarias LED según sus gustos, necesidades y contexto de uso, para mejorar la experiencia de compra y fortalecer la presencia digital de Innovalite?

Análisis de Tendencias

Se llevó a cabo una revisión sistemática de fuentes especializadas y publicaciones del sector para identificar las tendencias que están transformando el mercado de la iluminación. Se enfocó en aspectos como sostenibilidad, personalización, digitalización e integración con tecnologías inteligentes (IoT). La siguiente tabla indica las tendencias más relevantes.

Tabla 1*Tendencias actuales en iluminación.*

Tendencia	Impacto/Adopción	Descripción
Eficiencia Energética	Alto	Reduce consumo y costos, sostenible.
Iluminación LED	Alto	Duradera, bajo consumo, menos contaminación, reciclable.
Automatización	Medio	Autónoma, adaptable, reduce intervención, aumenta ahorro y comodidad.
Interconexión/Redes	Medio	Gestión remota, clave para ciudades inteligentes, mejora control y eficiencia.
Sensores y Control Inteligente	Alto	Activa solo cuando necesario, optimiza energía, mejora experiencia.

Nota: La figura presenta las principales tendencias tecnológicas en iluminación identificadas durante la fase de análisis de tendencias. Esta clasificación se basa en fuentes secundarias revisadas en el marco del diplomado, destacando su nivel de adopción e impacto sobre el diseño de soluciones inteligentes y sostenibles en el sector residencial. *Fuente.* Autoría propia.

Además del análisis de fuentes secundarias, se incorporó una revisión conceptual que permitió distinguir entre herramientas clave del análisis estratégico: **inteligencia de negocios, vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva.**

La Figura presenta una comparación de estas tres herramientas para contextualizar su aplicación en el diagnóstico del entorno tecnológico.

Figura 1

Cuadro comparativo de conceptos



	Definición	Objetivo	Aplicación
INTELIGENCIA DE NEGOCIOS	Es el proceso de recopilación, análisis e interpretación de datos internos y externos para generar información útil que ayude a mejorar la toma de decisiones dentro de una organización. Incluye herramientas tecnológicas y metodologías analíticas. (+)	Optimizar el desempeño empresarial al proporcionar información basada en datos reales, facilitando decisiones estratégicas más rápidas y precisas. (+)	Análisis de ventas, control de inventarios, informes financieros, predicción de tendencias del mercado, optimización de procesos internos y evaluación del desempeño empresarial. (+)
VIGILANCIA TECNOLÓGICA	Es el proceso estructurado y continuo de identificación, monitoreo y análisis de información sobre avances científicos y tecnológicos relevantes en un sector. Su propósito es detectar tendencias emergentes y oportunidades de innovación. (+)	Anticipar cambios tecnológicos, reducir riesgos de obsolescencia y fomentar la innovación dentro de una organización mediante el acceso a información clave sobre desarrollos científicos y tecnológicos. (+)	Seguimiento de patentes, análisis de publicaciones científicas, monitoreo de avances en tecnología, estudios de viabilidad de nuevas tendencias y herramientas de innovación. (+)
INTELIGENCIA COMPETITIVA	Es un proceso estratégico y ético de recopilación, análisis e interpretación de información sobre el entorno empresarial, incluyendo el estudio de competidores, cambios en el mercado y tendencias emergentes. (+)	Permite a las organizaciones anticipar los movimientos de la competencia y diseñar estrategias que les otorguen ventajas en el mercado.. (+)	Benchmarking, análisis de mercado, estudios sobre estrategias de la competencia, identificación de oportunidades comerciales y evaluación de fortalezas y debilidades empresariales. (+)

Nota: Comparación visual de los conceptos clave de inteligencia de negocios, vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva. Esta figura se incorporó para destacar diferencias en definición, objetivos y aplicaciones prácticas dentro del proceso de innovación empresarial.

Fuente. Autoría propia.

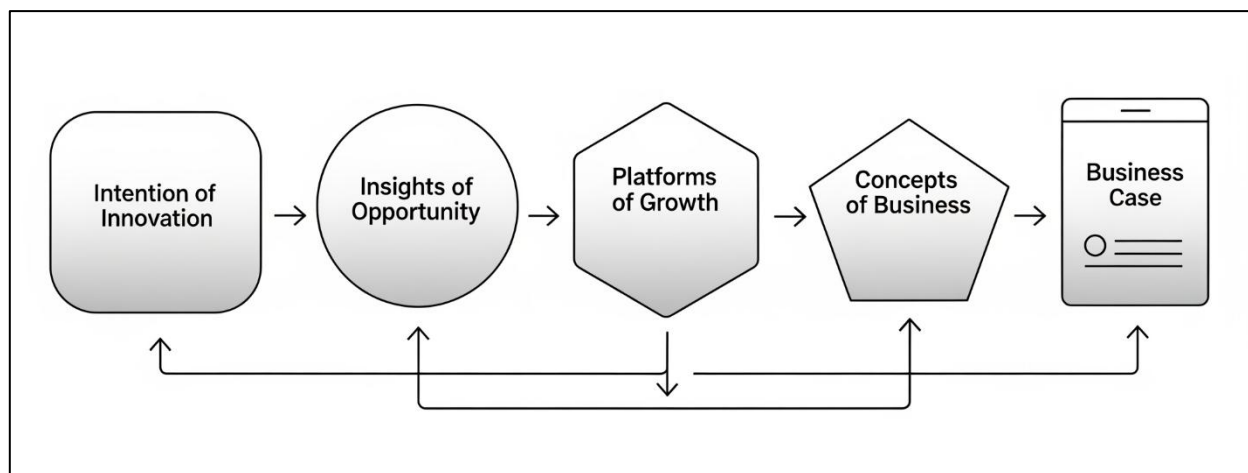
Proceso de Innovación Empresarial

El diseño del proceso de innovación se estructuró siguiendo el marco metodológico del Global Innovation Management Institute (GIMI). Este modelo contempla cinco pasos clave que guiarán la transformación de ideas en soluciones de valor, asegurando una aproximación estratégica y orientada a resultados. La aplicación de este marco permitió organizar las actividades del proyecto desde la identificación de la necesidad hasta la propuesta de un caso de negocio viable.

A continuación, se presenta un diagrama que ilustra las fases de este proceso:

Figura 2

Diagrama del Proceso de Innovación Empresarial bajo el Modelo GIMI



Nota. El diagrama ilustra las cinco etapas clave del Modelo GIMI (Global Innovation Management Institute) para la gestión de la innovación: Intención de Innovar, Insights de Oportunidad, Plataformas de Crecimiento, Conceptos de Negocio y Caso de Negocio. *Fuente.* Autoría propia.

El equipo identificó como intención de innovación el propósito de posicionar a Inversiones Innovalite SAS como líder en soluciones tecnológicas sostenibles dentro del sector eléctrico y de iluminación, respondiendo a la creciente demanda por eficiencia energética y tecnologías inteligentes en Colombia. Los insights de oportunidad destacaron la presión del mercado, con clientes y accionistas cada vez más exigentes, y un entorno competitivo que exige una rápida adaptación a la transformación digital y la automatización.

En cuanto a las plataformas de crecimiento, se priorizó la transformación digital mediante una propuesta de valor centrada en el usuario: un sistema de iluminación LED inteligente personalizado y gestionado desde una plataforma web interactiva. A partir de esta plataforma, se

desarrollaron múltiples conceptos de negocio, entre ellos paquetes de membresía para instalación, mantenimiento y asesoría técnica. Finalmente, se estructuró un caso de negocio convincente, en el que se definieron ingresos proyectados a través de ventas directas y servicios complementarios, se estimaron riesgos (como baja adopción tecnológica) y se plantearon acciones de mitigación como alianzas con operadores logísticos locales, capacitación al cliente y pilotos de implementación.

Este proceso de innovación permitió consolidar una solución realista y adaptable a las condiciones del mercado colombiano, aportando valor tangible a la empresa y consolidando el aprendizaje aplicado por el grupo.

Diseño de Productos y/o Servicios

Durante el desarrollo del proyecto, se aplicó un proceso de diseño centrado en el usuario mediante la metodología Design Thinking. El fue generar una propuesta innovadora que respondiera a las necesidades detectadas en la empresa Inversiones Innovalite SAS El enfoque principal se centró en personalizar la experiencia de iluminación a través de soluciones inteligentes y sostenibles, integradas por medio de una plataforma web interactiva. Se abordaron las cinco etapas del modelo Design Thinking de estructura manerada:

Empatizar: Se realizaron encuestas y entrevistas a clientes potenciales para comprender sus necesidades, preferencias y frustraciones. Esta fase buscó profundizar en la comprensión del usuario final y sus expectativas respecto a la adquisición de luminarias LED. La información recopilada permitió identificar desafíos como la falta de orientación al momento de adquirir productos LED, la escasa personalización y la limitada interacción con la oferta digital. Esta información fue sintetizada en un mapa de empatía que ilustra las percepciones, pensamientos y necesidades del usuario objetivo.

Figura 3*Mapa de empatía*

Nota: Ilustra las percepciones, pensamientos y necesidades del usuario objetivo frente a la personalización de iluminación LED. Esta figura se alinea con la fase de empatía y descubrimiento del reto empresarial. *Fuente.* Autoría propia.

Definir: Con base en los hallazgos de la etapa de empatía, se elaborará la información mediante herramientas como el mapa de afinidad, lo que permitirá establecer un punto de vista (POV) claro. Se desarrolló el reto principal como: "¿Cómo mejorar la experiencia del usuario final mediante un sistema de iluminación personalizable y sostenible, accesible desde una plataforma web?".

Idear: Se utilizaron sesiones de lluvia de ideas para generar soluciones creativas alineadas al reto definido. Esta actividad colaborativa permitió identificar propuestas innovadoras centradas en la personalización, sostenibilidad y tecnología en iluminación LED, que respondieron a las necesidades detectadas en la fase de empatía.

Figura 4

Lluvia de ideas para soluciones innovadoras en iluminación LED



Nota. Representación gráfica de las ideas generadas colaborativamente por los estudiantes, enfocadas en tecnologías aplicadas a la personalización, conectividad y confort visual en sistemas de iluminación LED. *Fuente.* Autoría propia.

Prototipar: A partir de las ideas priorizadas, se construyó un prototipo inicial de la plataforma web interactiva para Inversiones Innovalite SAS. Este esquema permitió visualizar la estructura y funcionalidades básicas, incluyendo un configurador de productos, filtros

personalizados y un comparador dinámico, con el fin de facilitar la personalización por parte del usuario.

Figura 5

Esquema del prototipo de la plataforma interactiva

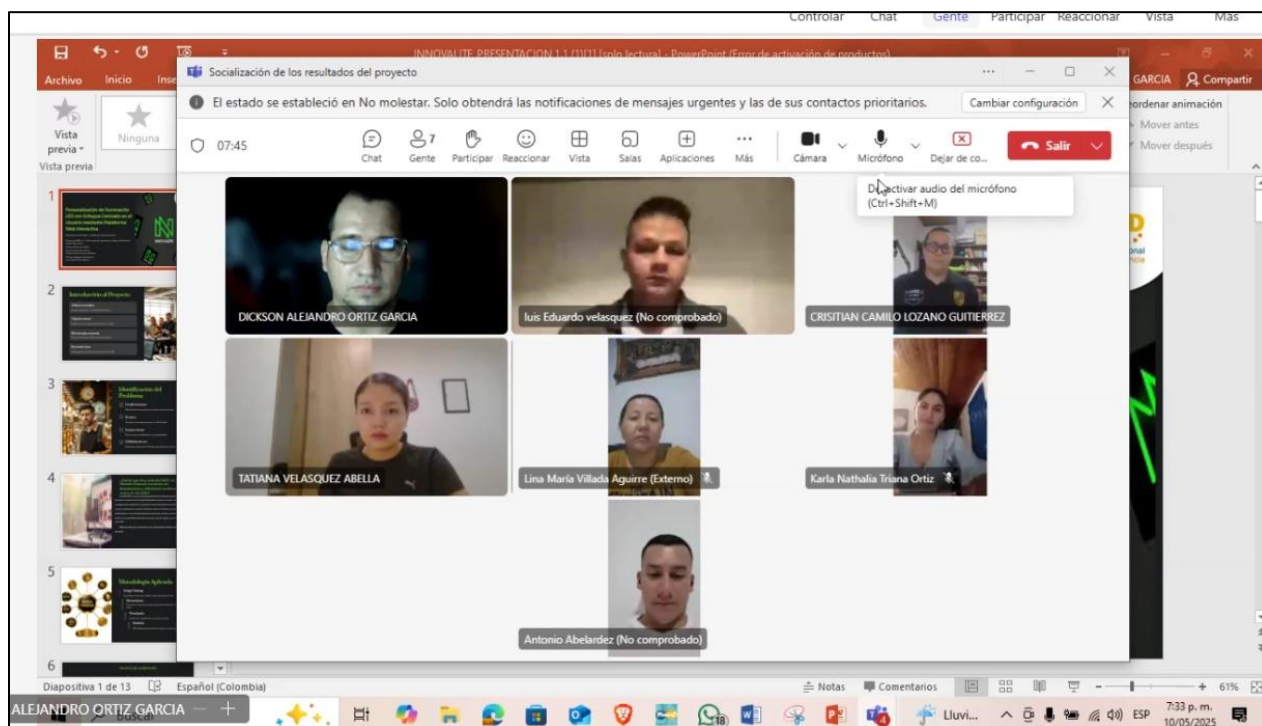


Nota. Muestra del prototipo visual de la plataforma diseñada por el grupo, la cual permite configurar en línea los productos de iluminación según preferencias del usuario. Elaboración del grupo con base en los OKR y resultados de cocreación. *Fuente.* Autoría propia.

Probar: Se realizaron a cabo pruebas piloto con usuarios reales, quienes interactuaron con el prototipo y ofrecieron retroalimentación valiosa. Durante esta etapa, se identificarán mejoras funcionales necesarias, como simplificar el menú de configuración, aumentar la velocidad de carga y optimizar la compatibilidad con dispositivos móviles.

Figura 6

Socialización del proyecto



Nota: Imagen tomada durante la sesión virtual de sustentación del proyecto final de innovación, con la participación del equipo de trabajo, la tutora Karla Nathalia Triana Ortiz y el representante legal de la empresa. Evidencia del proceso de validación. *Fuente.* Autoría propia.

El resultado de este proceso fue una solución digital que no solo responde a las expectativas del mercado actual, sino que posiciona a Inversiones Innovalite SAS como una empresa comprometida con la innovación, la sostenibilidad y la experiencia del cliente.

Objetivos y Resultados Clave (OKR)

En el desarrollo del proyecto, se implementó la metodología OKR (Objectives and Key Results) como una herramienta de gestión estratégica para evaluar el impacto de la propuesta de innovación en Inversiones Innovalite SAS.. Esta metodología permitió establecer metas claras,

medibles y alineadas con el propósito del proyecto, facilitando tanto el seguimiento del progreso como la toma de decisiones fundamentadas.

Los resultados clave diseñados incluyeron:

Realización de sesiones de cocreación con usuarios reales para detectar mejoras funcionales.

Implementación de cambios concretos en el prototipo de la plataforma basados en retroalimentación de los usuarios.

Medición del nivel de satisfacción del cliente post-implementación, con meta de superar una calificación de 4.5/5.

Incremento en el tráfico mensual de la sección de personalización de la página web en al menos un 30 %.

A continuación, se presenta un resumen de los objetivos y resultados clave formulados:

Tabla 2

Objetivos y Resultados Clave (OKR) diseñados por el equipo de trabajo

Objetivo	Resultados Clave (KR)
Optimizar el diseño mediante cocreación con usuarios Table data	KR1: 3 sesiones de cocreación KR2: 4 mejoras funcionales KR3: Satisfacción $\geq 4.5/5$ KR4: Aumento 30% en tráfico web
Mejorar experiencia en la web de personalización LED	KR1: 3 pruebas de usabilidad KR2: 5 ajustes según feedback KR3: Encuesta post-uso $\geq 4.2/5$ KR4: Recopilar 20 testimonios

Nota. Objetivos diseñados por el equipo, conforme al enfoque de resultados medibles propuesto por la metodología OKR. *Fuente.* Autoría propia.

Estos OKR sirvieron no solo como una hoja de ruta para ejecutar las estratégicas, sino como un mecanismo eficaz de validación de resultados. Además, evidenciaron un enfoque colaborativo y sistemático por parte del equipo para mejorar la propuesta y asegurar su viabilidad en el contexto empresarial. En conjunto, los OKR contribuyeron a alinear la propuesta de innovación con los objetivos de crecimiento de la empresa, promoviendo una cultura de mejora continua basada en datos y resultados

Conclusiones

La ejecución del presente proyecto permitió demostrar cómo la gestión estructurada de la innovación, mediante metodologías como Design Thinking, OKR y GIMI, puede generar soluciones funcionales y centradas en el usuario que resuelvan retos reales del sector empresarial.

En el caso específico de Inversiones Innovalite S.A.S., se abordó un problema clave en su proceso de atención y diseño personalizado de luminarias LED. A través de una plataforma web interactiva cocreada con clientes y validada con usuarios reales, se logró optimizar tiempos de respuesta, aumentar la satisfacción del cliente y proyectar una mejora en el posicionamiento digital de la empresa.

Este proceso no solo benefició a la organización, sino que fortaleció en los estudiantes competencias clave de su formación como ingenieros industriales: pensamiento estratégico, análisis de procesos, liderazgo colaborativo e innovación orientada al mercado. La integración entre academia y empresa resultó en una experiencia transformadora que evidencia el impacto de la educación aplicada en el desarrollo económico y tecnológico del país.

Recomendaciones

Escalar la implementación del prototipo hacia una versión funcional integrada al sitio oficial de Innovalite, garantizando soporte técnico y experiencia de usuario fluida.

Medir indicadores periódicos (visitas, conversiones, tiempos de atención) para optimizar continuamente la plataforma.

Explorar alianzas con empresas de desarrollo digital o universidades para seguir mejorando el ecosistema de innovación.

Capacitar al personal interno de Innovalite en el uso de herramientas digitales y metodologías de innovación centrada en el cliente.

Usar los OKRs como modelo de gestión continua para futuras iniciativas dentro de la empresa.

Referencias Bibliográficas

- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society*. Harvard Business Press.
- Brunetta, H. (2023). *OKRs y métricas de negocios: metodologías ágiles para resultados exitosos*. Pluma Digital Ediciones.
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/231789>
- Colciencias. (2022). *Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación*. Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Figueroa Peinado, W. (2022). *Design Thinking: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Probar [Objeto Virtual de Información]*. Repositorio Institucional UNAD.
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/49164>
- León, M. Á. (2021). De experto gestor a líder ágil. *CCA Insight*, 8, 42–45. <https://research-ebSCO-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=42b5f99b-ff29-3a00-95ff-a635756033dd>
- Márquez-Vásquez, P., & Caicedo-Consuegra, L. (2024). Inteligencia de negocios para el mejoramiento de la vigilancia tecnológica en el sector universitario privado colombiano: Estudio de caso. *Desarrollo Gerencial*, 16(1), 1–19. <https://research-ebSCO-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=4c34fa60-79d8-3a53-843e-9b1a09f45823>
- Muñoz Londoño, Y., Triana Ortiz, K. N., Domínguez Bonilla, S. J., & Pérez, C. A. (2022). *La universidad como gestora del desarrollo emprendedor: Caso UNAD ZCBC*. Sello Editorial UNAD. <https://libros.unad.edu.co/index.php/selloeditorial/catalog/book/189>

UNAD. (2025). Guía de aprendizaje Fase 7 – Validación de la innovación. Escuela ECACEN,
Diplomado de profundización en Gestión de la Innovación.