

**Proyecto de innovación: Propuesta de innovación para potenciar la visibilidad y
posicionamiento competitivo de la empresa SAORMO S.A.S**

Vanessa Clavijo Becerra

Mauricio Marulanda Mejía

Stefanya Cárdenas Guzmán

Luísa María Cano Bermudez

Andrés Orlando Altamirano Galvis

Asesor

Francisco José Mercado Rivera

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

Este informe expone el desarrollo y la validación de un proyecto de innovación en la empresa SAORMO S.A.S, realizado como parte del proceso formativo en el diplomado en Gestión de la Innovación para el diseño de productos y servicios. La finalidad principal del proyecto fue realizar un diagnóstico de la capacidad innovadora de la empresa con la ayuda de herramientas (encuestas, análisis de tendencias, vigilancia tecnológica), identificando retos relevantes en el proceso que está llevando a cabo la empresa para su posicionamiento y digitalización. Con estas etapas iniciales y el acompañamiento del Gimi Institute, se diseñó una estrategia de innovación que consistió en la puesta en marcha de una plataforma digital perteneciente a una membresía que busque incrementar la visibilidad, la fidelización y el crecimiento de la empresa en el sector del mobiliario y el diseño de espacios. También se diseñaron OKR (objetivos y resultados claves) de acuerdo a la idea de incrementar los registros de cotizaciones diarias y de incrementar la presencia digital. La metodología abordada se dividió en actividades de diagnóstico, investigación en patentes y obras académicas. Metodología Design Thinking, ideación, prototipado y evaluación. De esta manera, se logró una propuesta innovadora que cumple con las necesidades del mercado. SAORMO S.A.S presentó un plan estratégico que busca un retorno adicional para ser un promotor del incremento de la competitividad y sostenibilidad de la marca, siendo una marca innovadora en el sector regional principalmente en la ciudad de Tuluá. El siguiente informe propicia el inicio de la transformación tecnológica de la empresa SAORMO S.A.S.

Palabras clave: Innovación, vigilancia tecnológica, Design Thinking, prototipado, OKR

Abstract

This report details the development and validation of an innovation project at SAORMO S.A.S., undertaken as part of the training process for the Diploma in Innovation Management for Product and Service Design. The project's main objective was to diagnose the company's innovative capacity using various tools (surveys, trend analysis, and technology monitoring), identifying key challenges in the company's ongoing process of positioning and digitalization. Following these initial stages and with the support of the Gimi Institute, an innovation strategy was designed. This strategy involved launching a digital membership platform aimed at increasing the company's visibility, customer loyalty, and growth within the furniture and interior design sector. Objectives and key results (OKRs) were also developed to increase daily quote requests and enhance the company's digital presence. The methodology employed included diagnostic activities, patent and academic research, Design Thinking, ideation, prototyping, and evaluation. In this way, an innovative proposal was achieved that meets market needs. SAORMO S.A.S. presented a strategic plan that seeks additional returns to promote increased competitiveness and brand sustainability, positioning itself as an innovative brand in the regional sector, primarily in the city of Tuluá. The following report facilitates the beginning of the technological transformation of SAORMO S.A.S.

Keywords: Innovation, technology monitoring, Design Thinking, prototyping, OKR

Tabla de Contenido

Introducción	9
Justificación	11
Objetivos.....	15
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos.....	15
Propuesta de Innovación en la Empresa SAORMO S.A.S	16
Contextualización	16
Presentación de la Empresa	17
Metodología	18
Resultados	19
Identificación de Tendencias	24
Modelo de Innovación con la Plantilla del Proceso de Innovación Propuesto por el GIMI	26
Intención de Innovar	26
Mapa de Oportunidades	27
Plataforma de Crecimiento	28
Concepto de Negocio.....	29
Caso de Negocio	30
Marco Conceptual.....	31
Aplicación Metodología Design Thinking.....	39
Empatizar	39
Definir	41

Idear	41
Prototipar.....	42
Descripción del Prototipo	43
Proceso de Ejecución (paso a paso)	45
Manual de Uso	45
Buenas Prácticas	46
Siguientes Pasos del Prototipado:	46
Funcionamiento (Prototipo Funcional).....	46
Creación del Prototipo	47
Evaluar y Probar	49
Recomendaciones del Prototipo del Semillero	50
Definición y Características de un Objetivo (O).....	53
Definición y Características de un Resultado Clave (KR).....	54
Conclusiones.....	61
Recomendaciones	62
Referencias Bibliográficas	63

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Declaración del participante empresa SAORMO S.A.S.</i>	21
Figura 2 <i>Autorización empresa SAORMO S.A.S</i>	21
Figura 3 <i>Intención de innovar</i>	27
Figura 4 <i>Mapa de oportunidades</i>	28
Figura 5 <i>Plataforma de crecimiento</i>	29
Figura 6 <i>Concepto de negocio</i>	30
Figura 7 <i>Ventaja competitiva del caso de negocio</i>	31
Figura 8 <i>Caso de negocio</i>	31
Figura 9 <i>Evidencias de observación de la empresa</i>	39
Figura 10 <i>Entrevista a usuario de SAORMO</i>	40
Figura 11 <i>Mapa de empatía</i>	40
Figura 12 <i>Técnica satura y agrupa</i>	41
Figura 13 <i>Método SCAMPER</i>	42
Figura 14 <i>Propuesta de valor</i>	43
Figura 15 <i>Plataforma digital paso 1</i>	47
Figura 16 <i>Plataforma digital paso 2</i>	47
Figura 17 <i>Plataforma digital paso 3</i>	48
Figura 18 <i>Plataforma digital paso 4</i>	48
Figura 19 <i>Prototipo mensaje radial</i>	49
Figura 20 <i>Evidencia folleto de prueba radial</i>	49
Figura 21 <i>Matriz de valorización</i>	50
Figura 22 <i>Encuesta para evaluar el prototipo</i>	51

Figura 23 <i>Encuesta para evaluar el prototipo</i>	51
Figura 24 <i>Encuesta para evaluar el prototipo</i>	52
Figura 25 <i>Encuesta para evaluar el prototipo</i>	52
Figura 26 <i>Recomendaciones del semillero Ingeniero Cesar Augusto Diaz Diaz</i>	53

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Consentimiento informado empresa SAORMO S.A.S</i>	19
Tabla 2 <i>Declaración de Reto/Challenge Statement</i>	22
Tabla 3 <i>Consolidación de la bitácora de búsqueda de obras académicas</i>	24
Tabla 4 <i>Marco conceptual</i>	32
Tabla 5 <i>Descripción técnica del prototipo</i>	44
Tabla 6 <i>Registro de OKR diseñados</i>	54

Introducción

En un marco de mayor competitividad y en un contexto de constante transformación digital, la innovación se ha constituido como variable de suma importancia para fortalecer y constituir la posición y sostenibilidad de las empresas en el mercado. Por medio de la vinculación de consultas relevantes y la minuciosa aplicación de las estrategias innovadoras, las compañías son capaces de realizar los ajustes que las nuevas tendencias imponen, maximizar sus propias propuestas y potenciar su crecimiento. Así, el presente trabajo se ubica en un proyecto innovador de SAORMO S.A.S, que fue desarrollado y validado en el marco del proceso formativo concertado en el diplomado de Gestión de la innovación para el diseño de productos y servicios.

El presente proyecto de innovación se basará en llevar a cabo un pronóstico de la capacidad innovadora de la organización mediante la utilización de herramientas tales como encuestas, análisis de tendencias y vigilancia tecnológica, contando para ello con la colaboración del Gimi Institute. A partir de las etapas iniciales se definió una estrategia de innovación que contiene una plataforma digital basada en una membresía, cuyo objetivo es conseguir aumentar la visibilidad, la fidelización y el crecimiento en el sector del mobiliario y el diseño de espacios. Se definieron también en los objetivos y resultados (OKR) propios de incrementar las cotizaciones diarias de manera visible y la presencia digital de la compañía.

En este documento se detallará el proceso metodológico utilizado que acopla actividades de diagnóstico, análisis de patentes, obras de investigación y metodología Design Thinking, ideación, prototipado y pruebas. Como consecuencia de este trabajo, se logrará llegar a una propuesta innovadora que atiende las exigencias del mercado, pero además ayuda a la transformación tecnológica de SAORMO S.A.S. Es un proyecto que busca fortalecer la marca frente a la competencia a través del incremento sostenible local, convirtiéndose en una empresa

figura a nivel regional dentro del mobiliario y el diseño de espacios de Tuluá. De esta manera, la entrega de este expediente es el inicio de una planificación innovadora y que proporciona a la empresa la capacidad competitiva y sostenible frente a un ambiente de mercado cada vez más digital y más cambiante.

Justificación

La investigación que se presenta es fundamental para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de SAORMO S.A.S en un entorno cada vez más digital y cambiante.

Cepeda Rosas, O.M. (2023). Afirma lo siguiente:

Uno de los eventos que han cambiado el mundo es la globalización y el desarrollo tecnológico, estas tendencias del mundo han formado en las organizaciones una inherente necesidad de mejorar la competitividad, una de las herramientas que las organizaciones disponen para el incremento de la competitividad es la innovación (p. 4).

Actualmente, la empresa enfrenta desafíos en su visibilidad y posicionamiento digital, aspectos que son críticos dado que.

Tafur Sánchez, B. E., Acosta Ordoñez, J., & Sepúlveda Ortiz, P. A. (2025). Afirma lo siguiente:

Las empresas enfrentan varias barreras para lograr una transformación digital exitosa. En 2019, las principales dificultades son el presupuesto 59,2%, la falta de cultura 57,1% y el desconocimiento 55,4%. Las empresas del sector de servicios reportan que la falta de cultura y el desconocimiento son más problemáticos que el presupuesto, destacando la falta de iniciativas para explorar nuevas tecnologías y el desconocimiento de su aplicación práctica. Comparado con 2017, cuando la falta de un modelo de negocio claro era la principal barrera, en 2019 el presupuesto y la falta de cultura han emergido como las principales dificultades (p. 21,22).

La exploración busca el diagnóstico de la capacidad innovadora de SAORMO S.A.S., así como el diseño de propuestas que permitan fomentar su presencia digital y mejorar la participación del mercado de la empresa y su crecimiento sostenido.

El problema central a resolver es la poca visibilidad digital y presencia de SAORMO S.A.S, lo que provoca una baja captación de nuevos clientes lo que a la vez limita el crecimiento de la empresa. Actualmente, SAORMO S.A.S realiza 10 cotizaciones al día, meta que se espera duplicar utilizando estrategias innovadoras de marketing digital. De la investigación se puede establecer las causas del problema, como la ausencia de estrategia digital ya definida y muy poco uso de herramientas tecnológicas. Con la aplicación de las propuestas de mejora basadas en metodologías como Design Thinking y OKR, promovidas por el Gimi Institute, no solo se espera resolver la problemática, sino que además se busca establecer una cultura interna de la innovación que permita a SAORMO S.A.S una respuesta más efectiva frente a las variaciones del ambiente.

Este trabajo contribuye al campo de gestión de la innovación aplicada a las pequeñas empresas, en especial en sectores tradicionales como el mobiliario y el diseño de los espacios. Se aportan modelos y estrategias prácticas a partir de las herramientas de vigilancia tecnológica, del diseño centrado en el usuario o de metodologías ágiles que pueden ser transferibles a otras organizaciones con carácter y características similares. Además, se trata de un proyecto que estimula la cultura innovadora y digital, lo que también amplía los conocimientos sobre cómo, las Pymes ahora tienen acceso a la misma tecnología avanzada que las grandes empresas, lo que les permite aumentar su competitividad, mejorar su eficiencia operativa y tomar decisiones más inteligentes basadas en datos (Portafolio et al., 2025).

En un plazo inmediato, el proyecto tiene como finalidad poder diagnosticar y generar estrategias bajo el enfoque de crear una estrategia altamente concreta para mejorar la visibilidad digital de SAORMO S.A.S., logrando en un margen de 6 meses un incremento en el número de cotizaciones diarias en un porcentaje del 100% así como contar con un aumento del 20% en

cuanto a su visibilidad en canales digitales. En un rango de mediano plazo, se buscará poder establecer una plataforma de membresía que genere valor agregado para el cliente y a su vez sitúe a SAORMO S.A.S. como un referente a nivel regional en cuanto a innovación en mobiliario y diseño, lo que a su vez supondrá una mejor fidelización y un reconocimiento superior y en el mercado local y nacional. En un rango más extensivo, el objetivo específico es que SAORMO S.A.S. llegue a ser un referente en cuanto a innovación y a sostenibilidad en su sector, llevando el modelo de negocio a una escalabilidad regional, pero al mismo tiempo fomentando la cultura de innovación continua, ayudando a la transformación digital de pequeñas empresas del Valle del Cauca, así como empresas a nivel nacional.

El proyecto plantea la generación de una propuesta innovadora para el uso de plataformas de membresía y de estrategias de marketing online, a partir de metodologías de innovación abiertas y colaborativas como el Design Thinking y el OKR adaptadas a las especificidades de las pequeñas empresas del sector del mobiliario. Sumado a esto, también incorpora la inteligencia artificial para la elaboración de mensajes radiales y campañas de comunicación más eficaces, presentando esta última como una novedad en el contexto regional de Tuluá, donde muchos de estas pymes aún adoptan estrategias tradicionales. Dicha integración traduce en un modelo replicable y escalable para otras organizaciones similares, el uso de estas tecnologías y metodologías en un plan de acción para una microempresa.

El conocimiento generado en este trabajo es crucial para promover una cultura de innovación y transformación digital en pequeñas empresas, que representan Entre enero y marzo de 2023 las microempresas representaron el 95,3% del tejido empresarial del país (mincit.gov.co, 2023). La inclusión de metodologías como Design Thinking y OKR da a las organizaciones la oportunidad de conocer mejor las necesidades de los clientes, desarrollar soluciones innovadoras

y medir su efectividad. Por otro lado, el trabajo ayuda a acortar la distancia que existe respecto a cómo las pymes pueden beneficiarse de las tecnologías emergentes con la finalidad de reforzar su posicionamiento y sostenibilidad y contribuir a su vez al desarrollo de una gestión innovadora que puede aplicarse a otros ámbitos y regiones.

El análisis realizado evidencia la necesidad de que SAORMO S.A.S. implemente acciones concretas de mejora en su presencia digital y cultura innovadora. La transformación planteada, basada en la incorporación de estrategias digitales, plataformas de negocios basadas en membresía y uso de la inteligencia artificial, permitirá a SAORMO S.A.S. responder con mayor agilidad a las exigencias del mercado y disminuir en parte su preponderante dependencia de canales tradicionales. La acción de diseñar e implementar la integración de las soluciones planteadas se vuelve crítica para que SAORMO S.A.S. permanezca competitiva, si los directivos persiguen la mejora continua del desempeño, la búsqueda de nuevas oportunidades de un enfoque mixto entre la creación y la automatización, y la consolidación del crecimiento de la organización en un entorno cada vez más digitalizado y globalizado.

Los dueños y el equipo de SAORMO S.A.S. mejorarán sus procesos y ampliarán su alcance comercial. A mediano y largo plazo, los clientes y usuarios finales recibirán productos y servicios más cercanos, adaptados y de mayor calidad mediante estrategias de fidelización y comunicación. El sector empresarial regional se beneficiará con ejemplos y modelos de innovación en pequeñas empresas, fomentando la adopción de nuevas aplicaciones. Además, instituciones académicas como el Gimi Institute podrán ampliar el conocimiento sobre metodologías innovadoras en microempresas, promoviendo la transferencia tecnológica y la conexión entre academia y sector productivo.

Objetivos

Objetivo General

Diagnosticar la capacidad innovadora de la empresa SAORMO S.A.S mediante la aplicación de herramientas diagnósticas, técnicas de innovación y análisis de tendencias, con el fin de identificar retos empresariales relevantes que puedan ser abordados a través del diseño de productos y servicios innovadores.

Objetivos Específicos

Identificar y definir un reto empresarial prioritario en la organización, a partir del análisis de la información recopilada y del diagnóstico de la capacidad innovadora.

Desarrollar una propuesta de innovación para SAORMO S.A.S mediante la gestión del diseño de productos y servicios, utilizando herramientas y metodologías de innovación.

Diseñar un prototipo de visibilidad y fidelización para SAORMO S.A.S que integre materiales promocionales, estrategias de comunicación presencial y radial, y mecanismos de fidelización orientados a fortalecer la visibilidad, la confianza y la relación con los clientes.

Propuesta de Innovación en la Empresa SAORMO S.A.S

Contextualización

Establecer retos de innovación empresarial impulsa la creatividad y la generación de soluciones disruptivas que pueden transformar los procesos y productos existentes. Estos retos permiten a las empresas identificar y abordar problemas específicos de manera ágil y colaborativa, involucrando tanto a empleados como a talento externo. (p4s.co et al., 2024). En este contexto, la aplicación de técnicas de innovación y diagnóstico organizacional resulta esencial para detectar oportunidades de mejora y definir retos prioritarios que puedan ser abordados desde una perspectiva innovadora.

La ejecución de esta fase beneficiará directamente a la empresa SAORMO S.A.S, ya que permitirá diagnosticar su nivel de madurez en innovación y detectar oportunidades reales para el desarrollo de soluciones innovadoras.

La identificación temprana de retos facilitará el diseño de estrategias alineadas con las tendencias del sector, fortaleciendo su posición en el mercado y mejorando su oferta de productos y servicios. Esto, a su vez, incrementará su capacidad de respuesta ante cambios del entorno y potenciará su crecimiento sostenido.

Este proceso se vincula con nuestros perfiles ocupacionales de ingeniería industrial, ya que se centra en gestión de la innovación, pues implica aplicar conocimientos sobre técnicas creativas, análisis de tendencias y metodologías para la resolución de problemas complejos. El ejercicio de identificar retos y diseñar propuestas disruptivas permite desarrollar habilidades prácticas para liderar procesos de innovación en organizaciones reales, fortaleciendo la preparación para futuros desafíos en el sector empresarial.

Presentación de la Empresa

SAORMO S.A.S es una empresa colombiana ubicada en el departamento del Valle del Cauca, en la ciudad de Tuluá. Se dedica al diseño, fabricación e instalación de muebles de oficina, orientando su trabajo a satisfacer las necesidades de empresas públicas, privadas y mixtas del municipio de Tuluá.

Se trata de una microempresa conformada por 10 empleados, que cuenta con un portafolio de productos bien estructurado y variado. La organización dispone de personal capacitado para diseñar espacios de oficina ajustados a las necesidades específicas de cada cliente, garantizando funcionalidad, calidad y estética en cada proyecto.

A pesar de contar con un equipo competente y objetivos claros, SAORMO S.A.S ha venido experimentando una disminución en el crecimiento de sus ventas. Uno de los principales factores identificados es la baja visibilidad ante potenciales clientes, lo que dificulta el posicionamiento de sus servicios en el mercado local.

Esta situación representa una oportunidad para innovar y fortalecer la presencia de la empresa, especialmente mediante estrategias de marketing, comunicación y posicionamiento digital. Hasta el momento, la empresa no ha desarrollado acciones efectivas para ampliar su alcance o atraer nuevos clientes, por lo que este proyecto busca proponer alternativas que mejoren su visibilidad y competitividad en el sector.

Metodología

La metodología de investigación es mixta, el alcance de la investigación es exploratorio y de tipo no experimental además podemos decir que es una metodología basada en proyectos tiene como fin poder entregar un producto para el caso de la empresa SAORMO S.A.S es diseñar un servicio que les ayude a ser más visibles utilizando las herramientas tratadas en la gestión de innovación.

La metodología se desglosa en seis fases desarrolladas durante un periodo de cuatro meses. La primera fase corresponde a la desmitificación de la innovación, la cual consiste en la apropiación de conceptos relacionados con la innovación y la generación de ideas disruptivas frente a los retos que se presentan en la empresa. La segunda fase se enfoca en la identificación de los retos empresariales; en esta etapa se analiza el contexto real de la organización para evaluar su capacidad de innovar y determinar cuál será el principal reto de innovación. En las fases tres y cuatro se realiza la identificación de tendencias, lo que implica sistematizar la información mediante la vigilancia tecnológica con el fin de reconocer las tendencias disruptivas del sector. En la quinta fase se lleva a cabo el diseño del servicio, el cual se desarrolla con base en los resultados obtenidos en las fases anteriores, consolidando así el producto final del proceso metodológico y para finalizar en la fase seis se crea los objetivos estratégicos y resultados claves que ayudan a la empresa a implementar la innovación mediante la metodología OKR.

Resultados

Diagnosticar la capacidad innovadora de la empresa SAORMO S.A.S mediante la aplicación de herramientas diagnósticas, técnicas de innovación y análisis de tendencias, con el fin de identificar retos empresariales relevantes que puedan ser abordados a través del diseño de productos y servicios innovadores.

Tabla 1

Consentimiento informado empresa SAORMO S.A.S

1. Investigación	Gestión de la innovación para el diseño de productos y servicios
2. Título del Proyecto	Propuesta de innovación para potenciar la visibilidad y posicionamiento competitivo de la empresa SAORMO S.A.S
3. Nombre de la empresa	SAORMO S.A.S
4. Fecha	08-septiembre-2025
5. Nombre del Representante Legal (Participante)	Dora Libia Gil Quintero
6. Documento de identificación del participante	5.1. Tipo: Cedula 5.2. Número:24.393.688
7. Ciudad y dirección del participante	Tuluá (valle del cauca) CL 26 30-78 Barrio Cespedes
8. Teléfono de contacto del participante	Teléfono comercial 1: (602)2347112 Teléfono comercial 2: 3006079061
9. Datos del responsable asignado en la empresa	Gerente: Ana Isabel Cruz Correa
10. Nombre del Tutor-UNAD del curso	Francisco José Mercado Rivera
11. Documento de Identificación del tutor	9.1. Tipo: Cedula 9.2. Número: 1113677670

12. Ciudad y dirección del tutor	UDR Cali
13. Teléfono de contacto del tutor	Teams: francisco.mercado@unad.edu.co
14. Datos de los investigadores - Estudiantes	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="797 417 1343 611">1. Vanessa Clavijo Becerra – 1116271784 – Tuluá (valle del cauca) CL 7ª # 22ª-84 Barrio Cespedes – 3188351631 <li data-bbox="695 638 1343 831">2. Stefanya Cárdenas Guzmán – Identificación 1115089673 – Guadalajara de Buga (valle del cauca) Zanjón-Hondo Barrio – 3178814937 <li data-bbox="773 858 1284 1052">3. Luisa María Cano Bermúdez – 1112099275 – Tuluá (valle del cauca) CL 26C #10-43 Barrio Bolívar – 3185573749 <li data-bbox="792 1079 1343 1272">4. Mauricio Marulanda Mejía – 6200297 – Bugalagrande (valle del cauca) Cr 7 sur #3-24 Barrio Cocicoimpa – 3122083280 <li data-bbox="764 1299 1321 1436">5. Andrés Orlando Altamirano Galvis – 1114459010 –Guacarí (valle del cauca) CL 3e 59 Barrio Aranjuez – 3147247100

Nota. Corresponde a los datos generales de la empresa SAORMO S.A.S. *Fuente:* Elaboración propia.

Figura 1

Declaración del participante empresa SAORMO S.A.S



DECLARACIÓN DEL PARTICIPANTE

Yo, Dora Libia Gil Quintero
 identificado con cédula de ciudadanía número
24.393.688 de Anserma
 (Caldas) en calidad de representante legal de la
 empresa SAORMO S.A.S con NIT
901033947-1, declaro que:

1. He leído y comprendido este documento de consentimiento informado.
2. Han aclarado todas mis dudas y respondido todas mis preguntas.
3. Conozco los posibles riesgos que implica mi participación.
4. Conozco el manejo que se le dará a la información suministrada por mí.
5. Se me ha informado que no recibiré ningún tipo de remuneración o contraprestación económica por la participación en este proyecto.
6. Me han explicado que mi participación en este proyecto es totalmente voluntaria y que puedo retirarme de él en el momento en que así lo desee.
7. Estoy enterado de que luego de finalizada la investigación, recibiré información referente a los resultados de la misma.

Por lo anterior, expreso mi voluntad de participar y conscientemente, en uso de mis plenas facultades, firmo el día 12 del mes de Septiembre del año 2025.

Firma del representante legal:


Nombre del representante legal: Dora Libia Gil Quintero
CC No: 24.393.688 de Anserma
 (Caldas)

1

Nota. pantallazo de la declaración de la participación de la empresa en el proceso de innovación.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2

Autorización empresa SAORMO S.A.S



AUTORIZACION

La utilización de la *información* en estudios posteriores nos podría ayudar en el futuro a: fortalecer la capacidad innovadora del país. Por lo tanto, por favor marque su decisión con respecto al almacenamiento de la (*información*) y su utilización en estudios de investigación posteriores:

Deseo que la *información* suministrada sea DESECHADA una vez completado el estudio de investigación.
SI x **NO** _____

✦ **Autorizo conservar la *información* suministrada con la posibilidad de emplearla en las situaciones señaladas a continuación:**

• En estudios de investigación colaborativos con otras instituciones nacionales y/o internacionales, compartiendo la <i>información</i> .	SI ● No ○
• En estudios complementarios de diagnóstico para mí o para algún miembro de mi familia.	SI ● No ○
• En estudios de investigación específicos para la(s) entidad(es) participantes.	SI ● No ○
• En estudios de investigación de entidades distintas a la(s) entidad(es) participantes.	SI ● No ○

Firma del representante legal:


Nombre del representante legal: Dora Libia Gil Quintero
CC No: 24.393.688 de Anserma
 (Caldas)

2

Nota. Autorización de la empresa para desechar una vez termine la investigación. *Fuente:*

Elaboración propia.

Tabla 2*Declaración de Reto/Challenge Statement*

1. Nombre de la Empresa	SAORMO S.A.S
2. Título del Reto	Propuesta de innovación para potenciar la visibilidad y posicionamiento competitivo de la empresa SAORMO S.A.S Se ha identificado que la empresa SAORMO SAS cuenta con poca visibilidad en el área de marketing digital la cual se pretende impulsar los canales digitales que ellos tienen
3. ¿Qué problema resolver?	con el fin de atraer y fidelizar más usuarios pasando de cotizar 10 clientes actualmente a llegar a las 20 cotizaciones diarias.
4. ¿Por qué es esto emocionante?	Superar la falta de oportunidad en el servicio hace atractivo resolver el problema, porque incrementa la satisfacción del cliente y fortalece la posición competitiva de la empresa pasando de cotizar 10 clientes actualmente a llegar a las 20 cotizaciones.
5. Marque con una x las respuestas a la siguiente pregunta: ¿Qué aportarían las soluciones?	<input checked="" type="checkbox"/> Mejorar la experiencia del cliente <input type="checkbox"/> Reducir tiempos de comercialización <input checked="" type="checkbox"/> Capturar un mayor segmento de mercado <input type="checkbox"/> Hacer la solución disponible menos costosa <input type="checkbox"/> Identificar nuevas tecnologías

■ Identificar nuevos modelos de negocio

■ Aportar nuevas colaboraciones

Objetivo: Diseñar estrategias de marketing digital para impulsar en canales digitales con el fin de atraer y fidelizar usuarios para promocionar productos de la empresa SAORMO S.A.S.

Objetivos Específicos:

Apropiación y Exploración

Analizar y apropiar conceptos de marketing digital mediante la revisión de al menos **5 referentes tecnológicos y de mercado**, identificando tendencias y herramientas innovadoras que fortalezcan la gestión digital de SAORMO S.A.S.

6. ¿Cuál es el objetivo?
(Brecha a cerrar y para cuándo)

Desarrollo e Innovación

Implementar un proceso de innovación

aplicando **herramientas de creatividad y diagnóstico empresarial** que permitan diseñar propuestas disruptivas en

estrategias digitales para resolver los principales retos de promoción y fidelización de clientes.

Impacto Esperado

Incrementar en un **20% la captación de usuarios digitales** y mejorar en un **15% la tasa de fidelización** de clientes de SAORMO S.A.S. en un periodo de **12 meses**, mediante la implementación de estrategias de marketing digital efectivas.

Nota. La tabla corresponde a la declaración oficial del reto empresarial identificado. *Fuente:*

Elaboración propia.

Identificación de Tendencias

Para continuar con el desarrollo del reto empresarial, se realizó una vigilancia tecnológica mediante búsquedas en bases de datos de patentes y obras académicas que nos permitieron identificar tendencias a nivel global sobre soluciones empresariales implementando el uso de tecnologías emergentes que brindan un apoyo a la compañía para impulsar el marketing digital.

Tabla 3

Consolidación de la bitácora de búsqueda de obras académicas

	Número de	Relevancia para el proyecto
Base de datos de búsqueda	resultados	

<u>E-marketing strategy for the presentation of the companies of digital markets</u>	81,190	Identificar la influencia de interés y la implementación de una estrategia para el desempeño digital.
<u>the impact of digital transformation on the innovative development of economic systems</u>	101,125	Las tecnologías digitales son una herramienta competitiva para la empresa, generando valor a la propuesta del proyecto. También propone nuevas oportunidades de diferenciación para el proyecto.
<u>A Study on Customer Engagement and Loyalty towards the Digital Marketing</u>	21,847	Permite que el cliente de la empresa SAORMO S.A.S se fidelice y que se vuelvan clientes regulares.
<u>Current and Future Direction of Social Media Marketing in SMEs: A Systematic Literature Review</u>	11,191	Al ser una empresa pequeña es muy relevante entender cómo utilizar las redes sociales como herramienta para captar clientes y poder posicionarse en el mercado.
<u>Artificial Intelligence Transformations in Digital Advertising:</u>	44,128	La inteligencia artificial ha transformado la forma con la que se hace publicidad digital para nuestro proyecto es relevante porque sube al

<u>Historical</u>	siguiente nivel en cuestión de publicidad siendo
<u>Progression, Emerging Trends, and Strategic Outlook</u>	más eficiente y llegando a nuevas personas utiliza nuevos métodos de publicidad que no se logran con la publicidad tradicional.

Nota. La tabla corresponde a las patentes registradas en múltiples bases de datos sobre obras académicas incluyendo la información relevante para el proyecto. *Fuente:* Elaboración propia.

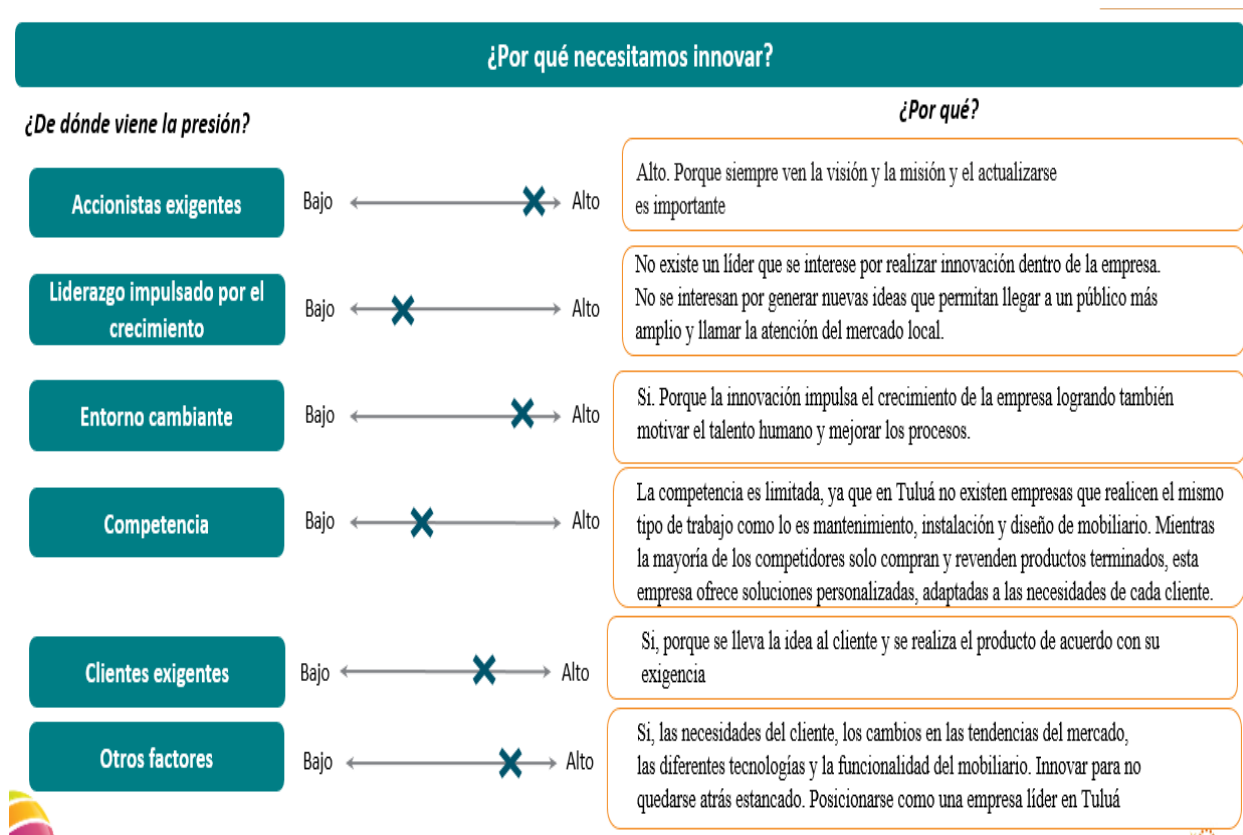
Modelo de Innovación con la Plantilla del Proceso de Innovación Propuesto por el GIMI

El GIMMI Institute Global Innovation Management Institute nos brinda una herramienta en la cual podemos estructurar el modelo de negocio basados en el reto de innovación identificados en las fases anteriores, permitiendo estructurar las diferentes ideas que se han desarrollado en pro del mejoramiento de la empresa solución e identificación de oportunidades que generen un valor adicional al cliente.

A continuación, se describen todos los pasos realizados:

Intención de Innovar

Se demuestran las razones por la cual la empresa SAORMO SAS busca realizar un proyecto de innovación que le permita dar cumplimiento a la exigencia tanto de los clientes y del mercado

Figura 3*Intención de innovar*

Nota. se demuestra las razones por las cuales la empresa desea realizar el proceso de innovación de acuerdo a cada uno de los actores importantes. Tomado de: *GIMINSTITUTE. 2009-2021*).

Certificaciones GIMINSTITUTE. Obtenido de GIMINSTITUTE:

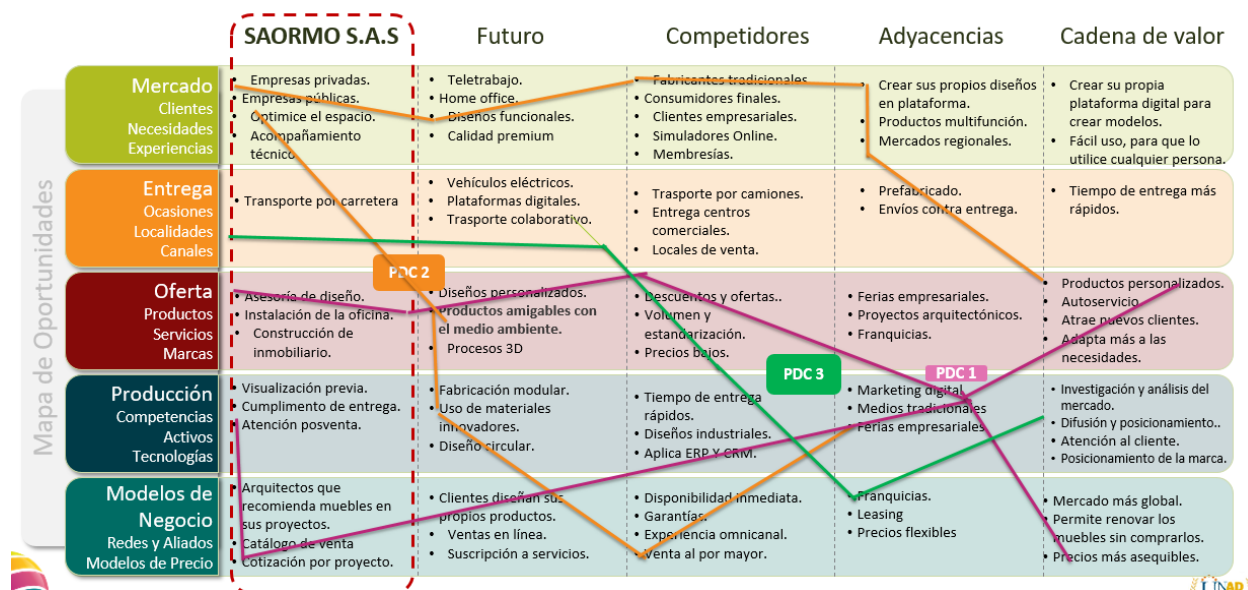
<https://certifications.giminstitute.org/my/>

Mapa de Oportunidades

Se genera una lluvia de ideas en diferentes áreas las cuales se deben tener en cuenta como mercadeo, entrega, oferta, producción y modelos de negocio, permitiendo abarcar diferentes aspectos y generar un mayor número de soluciones para la empresa. De igual manera se presenta la conexión de diferentes puntos logrando así una idea única que se diferencie a lo ya lo presentado en el mercado.

Figura 4

Mapa de oportunidades



Nota. Se muestra el mapa de oportunidades el cual fue construido con base en las cinco

dimensiones presentadas para la empresa SAORMO SAS, proyectando ideas hacia el futuro, los competidores, las adyacencias y la cadena de valor. Tomado de: *GIMINSTITUTE. 2009-2021.*

Certificaciones GIMINSTITUTE. Obtenido de GIMINSTITUTE:

<https://certifications.giminstitute.org/my/>

Plataforma de Crecimiento

Se realizan diferentes plataformas de crecimiento enfocadas en la unión de los puntos en el mapa de oportunidades, identificando los principales segmentos de mercado en que se enfocara la propuesta, los productos, servicios que se les ofrecerá, las herramientas que se utilizaran, aquellos beneficios que se perciben y los impulsores con los que la compañía puede contar para su desarrollo.

Después del análisis de las diferentes plataformas de crecimiento creadas, se elige la que mejor viabilidad tenga y se alinee con todas las necesidades actuales de la empresa.

Figura 5

Plataforma de crecimiento



Nota. Se elige la plataforma de crecimiento enfocada en el diseño de la membresía para impulso mobiliario, describe cada uno de las ventajas y el público al cual se ofrecen los servicios, así como las tendencias del mercado y el presupuesto de inversión generando una mayor promoción al marketing digital. Tomado de: *GIMINSTITUTE. 2009-2021. CertificacionesGIMINSTITUTE.*

Obtenido de GIMINSTITUTE: <https://certifications.giminstitute.org/my/>

Concepto de Negocio

Se crea un concepto de negocio de acuerdo a la plataforma de crecimiento elegida, donde se complementa la información enlazando todos los elementos del mapa de oportunidades para lograr mejores ideas, convirtiendo un concepto robusto y completo que genera mejor visibilidad.

Figura 6*Concepto de negocio***Membresía impulso mobiliario**

Produciremos una plataforma de membresía especializada para incentivar el crecimiento en el área de mobiliario y diseño de interiores, suministrando herramientas digitales, servicios personalizados y soluciones innovadoras para profesionales y empresas del sector. Para satisfacer necesidades de modernización, digitalización y optimización de procesos comerciales y de atención al cliente a través de herramientas digitales, catálogos interactivos y programas de fidelización.



Nota. se presenta un modelo de negocio con todos los servicios de la marca para la membresía, definiendo el mercado al que se va enfocar, la producción a elaborar dentro de la empresa, la estrategia y la forma en que se va a entregar el servicio. Tomado de: *GIMINSTITUTE. 2009-2021. CertificacionesGIMINSTITUTE. Obtenido de GIMINSTITUTE:*

<https://certifications.giminstitute.org/my/>

Caso de Negocio

Se demuestra el plan de innovación de una forma más visual para poder presentar ante la empresa, definiendo su visión, la oferta, público que lo necesita, las diferentes alternativas y su diferenciación ante el mercado.

Figura 7

Ventaja competitiva del caso de negocio

La Ventaja Competitiva: Más Allá del Producto

Nuestra propuesta de valor no reside únicamente en el mobiliario, si no en el **servicio integral y la experiencia del cliente.**



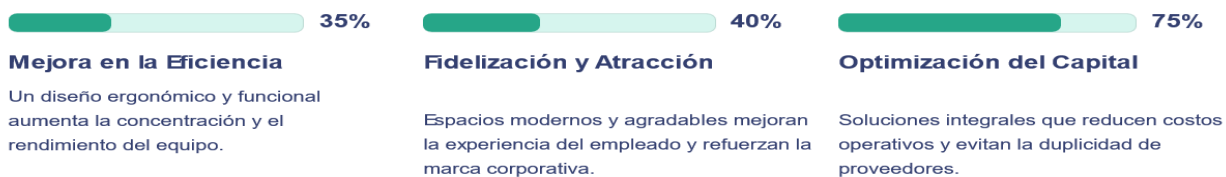
Nota. se muestra cuáles son las ventajas que se tienen al implementar diferentes estrategias para todos los clientes diferenciándose ante la competencia. *Fuente:* Elaboración propia.

Figura 8

Caso de negocio

Caso de Negocio: Inversión en Productividad

Invertir en el diseño de sus espacios con SAORMO no es un gasto, es una inversión estratégica que retorna en:



Nota. porcentajes de mejora al implementar el caso de negocio. *Fuente:* Elaboración propia.

Marco Conceptual

Se presentan todas las conceptualizaciones de las fases anteriores con sus respectivas definiciones, desde la numero 2 con las técnicas de innovación, fase 3 define la inteligencia de negocios, en la fase 4 se definen los diferentes procesos de innovación, la fase 5 la implementación del Design Thinking y finalmente la fase actual en la cual se revisa la metodología OKR.

Tabla 4*Marco conceptual*

1. Concepto	2. Definición	3. Fuente
Técnicas de innovación	<p>Son aquellas herramientas, metodologías y procesos diseñados para ayudar a las personas y equipos a perfeccionar un fragmento de idea para después convertirlo en una innovación y poderla desarrollar e implementar adecuadamente.</p> <p>Estas técnicas permiten realizar un proceso metódico aumentando las probabilidades de éxito, creando nuevas formas de crecimiento y conceptos de negocio valioso.</p>	<p>Global Innovation Management Institute. (2018). <i>Innovation Management Body of Knowledge – A guide on breakthrough innovations (IMBOK level 1 guide)</i>.</p>
Inteligencia de negocios	<p>Según (Trim & Lee, 2008) define la inteligencia como “el producto de la recopilación, evaluación, análisis, integración e interpretación de toda</p>	<p>Global Innovation Management Institute. (2018). <i>Innovation Management Body of Knowledge – A guide on breakthrough innovations (IMBOK level 1 guide)</i>.</p>

la información disponible que pueda afectar la supervivencia y el éxito de la empresa”

Se cuenta con tres tipos:

Inteligencia de negocios: aquel conjunto de estrategias, datos, procesos y tecnologías que se utilizan para administrar y analizar datos de un negocio. Transforma los datos en información significativa para la toma de decisiones estratégicas.

Inteligencia tecnológica: es el proceso sistemático donde se captura, analiza y difunde la información sobre los desarrollos tecnológicos, innovaciones y tendencias del mercado, permitiendo adelantarse a los cambios e identificando oportunidades de innovación, evaluando la competencia.

Inteligencia competitiva: es un proceso organizado que recopila, analiza e interpreta la información sobre el entorno empresarial externo, los competidores y las tendencias del mercado. Se enfoca en obtener una ventaja competitiva utilizando diferentes fuentes de información sobre la competencia, transformándola en conocimiento que respalde la toma de decisiones dentro de la empresa.

Proceso de innovación	<p>Se describe un proceso de innovación disruptiva con cinco pasos:</p> <p>Paso 1: intención de innovación: se enfoca en establecer la dirección estratégica de la innovación. Se definen la visión, objetivos y alcance general de innovación. En este paso se responde la pregunta de hacia dónde se quiere dirigir la organización con respecto a la</p>	<p>Global Innovation Management Institute. (2018). <i>Innovation Management Body of Knowledge – A guide on breakthrough innovations (IMBOK level 1 guide)</i>.</p>
-----------------------	--	--

innovación y el por qué es importante, alineándolo con los objetivos corporativos.

Paso 2: ideas de oportunidad: se identifican y comprenden los problemas, las necesidades, desafíos y oportunidades que se ven en el mercado o dentro de la organización. Aquí se debe realizar investigación, análisis de tendencias, y se recopilan los insights (conocimientos profundos) del cliente y el mercado para descubrir las áreas potenciales para la innovación disruptiva.

Paso 3: plataformas de crecimiento: Después de identificar las oportunidades, se debe seleccionar los campos donde la organización enfocara su idea de innovación. Se debe elegir los segmentos de mercado que más prometen, en función de viabilidad,

capacidades de la empresa y el potencial de impacto disruptivo. Permite canalizar los recursos de manera efectiva.

Paso 4: Conceptos de negocio: Es la idea completa y estructurada que integra los diferentes elementos estratégicos de la empresa, con el fin de crear una oportunidad de crecimiento. Conecta múltiples fragmentos de ideas dentro de una misma plataforma de crecimiento. Demuestra como una organización puede generar valor en un mercado específico basándose en una oportunidad identificada.

Paso 5: Caso de negocio: el paso final permite visualizar el concepto con datos relevantes, identificando las incertidumbres clave, formulando los planes que se necesitan para avanzar, y reunir las imágenes, hechos y acciones que

	<p>pueden sustentar el concepto,</p> <p>permitiendo ver más allá de la idea</p> <p>y evaluar si merece la inversión,</p> <p>recursos y su ejecución.</p>	
Design Thinking	<p>Es una metodología de innovación que busca entender la forma de pensar y necesidades de las personas ya sen usuarios o clientes, con el fin de diseñar soluciones efectivas, que sean viables. Se basa en la empatía, la experimentación y la colaboración multidisciplinaria. Existen 5 etapas para desarrollar el proceso Design Thinking:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Empatizar: comprender las necesidades del usuario, sus emociones y problemas. 2. Definir: identificar el problema real y enfocarse en el 3. Idear: general varias ideas que permitan visualizar diferentes soluciones 	<p>Figuroa, W. (2022). Design Thinking: Empatizar. [Objeto_virtual_de_información_OVI]. Repositorio Institucional UNAD</p> <p>Figuroa, W. (2022). Design Thinking: Definir [Objeto_virtual_de_información_OVI]. Repositorio Institucional UNAD.</p> <p>Figuroa, W. (2022). Design Thinking: Idear [Objeto_virtual_de_información_OVI]. Repositorio Institucional UNAD</p>

	4. Prototipar: crear la idea de forma tangible para poder probarla	Figuroa, W. (2022). Design Thinking: Prototipa
	5. Probar: revisar las soluciones con el usuario	[Objeto_virtual_de_informaci3n_OVI]. Repositorio Institucional UNAD
Metodología OKR	<p>Consisten en implementar un sistema basado en objetivos claros, medibles y alineados con la estrategia de la empresa, enfocándose en mejorar su enfoque, transparencia y coordinación entre equipos.</p> <p>Cada miembro comprende como su trabajo contribuye a los objetivos de toda la empresa. La implementación de OKR implica mucho más que definir metas y resultados medibles, sino también la transformación cultural de la organización en pro de la transparencia, colaboración y mejora continua, para ello se necesita un liderazgo, una buena</p>	<p>Brunetta, H. (2023). <i>OKR y métricas de negocios: metodologías ágiles para resultados exitosos. Cómo introducir la metodología OKR en una organización (pp. 51–69)</i>. Pluma Digital Ediciones.</p>

comunicación y capacitación en la metodología para lograr que los equipos se adapten de manera progresiva.

Nota. Se presentan las conceptualizaciones de las definiciones planteadas en las fases 2, 3, 4, 5 y

6. *Fuente:* Elaboración propia.

Aplicación Metodología Design Thinking

Esta metodología nos permite analizar los pensamientos, sentimientos, problemas y necesidades de los usuarios y clientes, permitiendo crear, prototipar y probar las soluciones innovadoras.

Empatizar

Se comprende en profundidad las necesidades, motivaciones y dolores de los usuarios o clientes de SAORMO S.A.S., mediante entrevistas y observaciones directas.

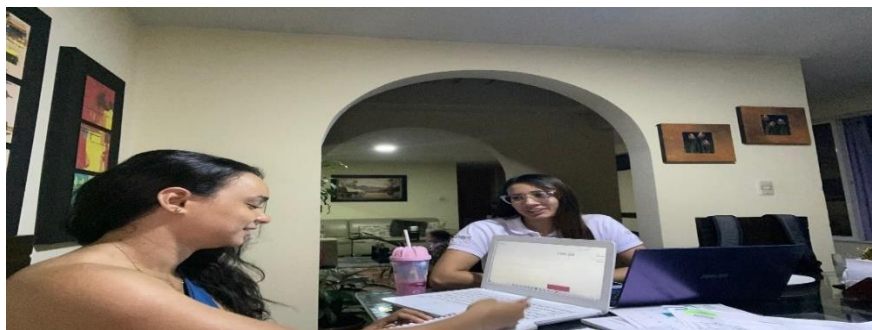
Figura 9

Evidencias de observación de la empresa

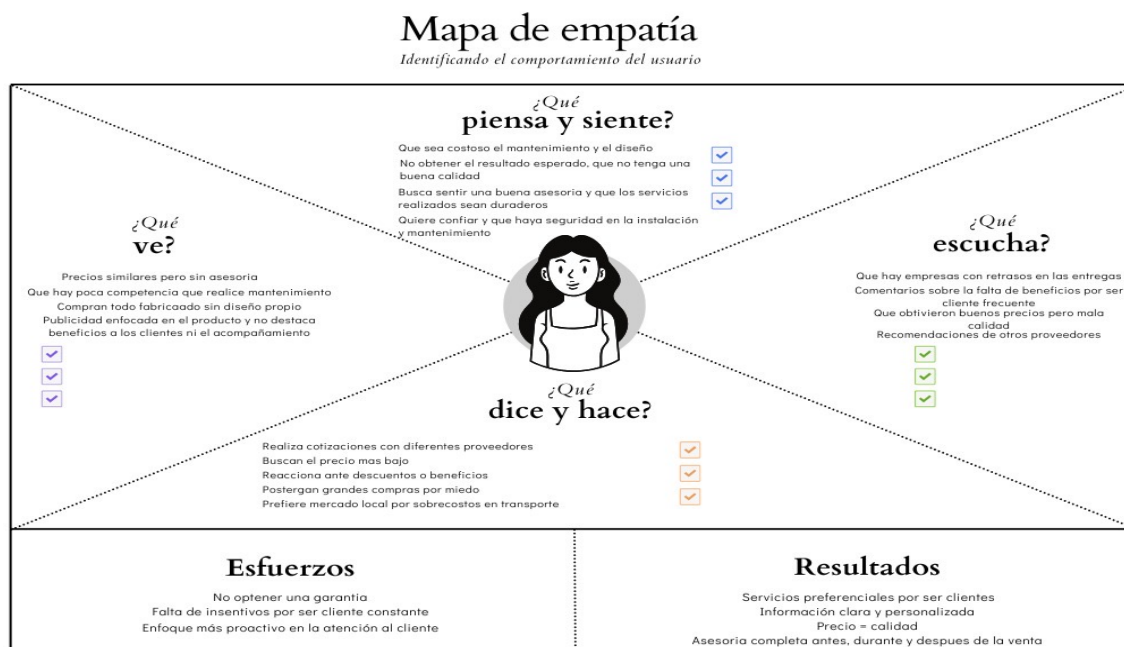


Nota. Se muestra las fotografías de la empresa como evidencia del campo y visita a la empresa.

Fuente. Elaboración propia

Figura 10*Entrevista a usuario de SAORMO*

Nota. En esta figura se evidencia la entrevista a un usuario de la empresa SAORMO S.A.S. para evidenciar el que ve, que piensa y siente, que escucha, que dice y hace, esfuerzos y resultados, para realizar por medio de esta entrevista los pasos del Design Thinking. *Fuente:* Elaboración propia.

Figura 11*Mapa de empatía*

Nota. Se presenta un mapa de empatía que identifica el comportamiento, pensamientos, percepciones, escuchas, palabras, acciones, esfuerzos y resultados de los usuarios en relación con

servicios de mantenimiento y diseño, con el fin de comprender sus necesidades y expectativas para mejorar la oferta de valor. *Fuente:* Elaboración propia.

Definir

Analizar la información recopilada para identificar claramente el problema principal y definir un enunciado de reto preciso y centrado en las necesidades detectadas.

Figura 12

Técnica satura y agrupa



Nota. Se presenta las técnicas utilizadas en el servicio, que incluyen asesoría personalizada en diseño y distribución de espacios, seguimiento posventa y servicios de mantenimiento programado, ventas digitales con descuentos exclusivos para miembros, y entrega e instalación del producto a tiempo. *Fuente:* Elaboración propia.

Idear

Se genero ideas innovadoras y posibles soluciones al problema definido, fomentando la creatividad y el pensamiento divergente.

Figura 13

Método SCAMPER

TU LOGO | **SCAMPER** | Metodo scamper empresa SAORMO S.A.S.
Plantilla de generación de Ideas

S Substituir	¿Qué podrías sustituir para mejorarlo?	<ul style="list-style-type: none"> • Sustituir la publicidad enfocada únicamente en el producto por una estrategia que destaque beneficios, asesoría personalizada y garantías. • Reemplazar proveedores que no ofrecen acompañamiento y garantías por otros que brinden seguimiento posventa y servicios de mantenimiento programado.
C Combinar	¿Qué podrías combinar para crear algo mejor?	<ul style="list-style-type: none"> • Combinar asesoría en diseño y distribución con servicios de mantenimiento y seguimiento posventa para ofrecer un paquete integral. • Integrar ventas digitales con descuentos exclusivos para miembros y atención personalizada para mejorar la experiencia del cliente.
A Adaptar	¿Qué podrías modificar y utilizarse de manera diferente?	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptar las campañas de marketing para resaltar la calidad y durabilidad en lugar del precio, enfocándose en la confianza y seguridad en la instalación. • Adaptar la oferta para incluir beneficios para clientes frecuentes, como servicios preferenciales y garantías extendidas.
M Modificar	¿Qué ocurriría si cambias drásticamente su tamaño, forma, tono y frecuencia...?	<ul style="list-style-type: none"> • Modificar la estructura de precios y descuentos para que sean más atractivos, incentivando la fidelidad del cliente y la compra de servicios adicionales. • Modificar la forma en que se comunica la propuesta de valor, destacando la asesoría personalizada y la calidad del servicio.
P Propósito	¿Para qué más puede servir?	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar los servicios de asesoría y mantenimiento como diferenciador en la estrategia de venta, no solo para proyectos grandes sino también para pequeños arreglos o mantenimientos preventivos. • Aprovechar las plataformas digitales para ofrecer cotizaciones, seguimiento y atención personalizada, mejorando la experiencia del cliente.
E Eliminar	¿Qué se puede quitar que realmente mejore cosas?	<ul style="list-style-type: none"> • Eliminar la poca diferenciación en publicidad, enfocando en los beneficios y garantías en lugar de solo en el producto. • Reducir la percepción de costos elevados en mantenimiento y diseño mediante promociones o financiamiento accesible.
R Reorganizar	¿Cómo se pueden cambiar las cosas de sitio para añadir valor o crear mejoras?	<ul style="list-style-type: none"> • Reorganizar el proceso de atención para ofrecer una experiencia más proactiva, con seguimiento postventa y servicios de mantenimiento incluidos. • Reestructurar la oferta para que los beneficios de ser cliente frecuente sean más visibles y accesibles, incentivando la fidelidad.

EDIT.org | Plantilla editable de SCAMPER | www.edit.org

Nota. Muestra las técnicas utilizadas en el servicio, que incluyen asesoría personalizada en diseño y distribución de espacios, seguimiento posventa y servicios de mantenimiento programado, ventas digitales con descuentos exclusivos para miembros, y entrega e instalación del producto a tiempo. *Fuente:* Elaboración propia.

Prototipar

Se crea un prototipo inicial que representa la solución seleccionada, permitiendo visualizar y experimentar su implementación final.

Figura 14

Propuesta de valor



Nota. La propuesta de valor de SAORMO S.A.S se presenta en esta tabla, incluyendo los segmentos de clientes, productos y servicios, beneficios, trabajos del cliente y frustraciones identificadas, con el fin de visualizar de manera clara y estructurada los aspectos clave de la estrategia de la empresa. *Fuente:* Elaboración propia.

Descripción del Prototipo

En esta etapa se definió el material y diseño del producto

Nombre del Prototipo:

Campaña de Visibilidad y Fidelización "SAORMO Conecta"

Tabla 5*Descripción técnica del prototipo*

Elementos	Especificaciones/Justificación
Material Promocional	Carteles y folletos impresos en papel de alta calidad, con diseño atractivo y mensajes claros que refuercen beneficios y servicios clave.
Punto de Contacto	Anuncios en radios locales y publicaciones en redes sociales con contenido visual simple y directo.
Material de Apoyo	Guías impresas para atención en eventos, displays en puntos de venta y folletos para distribuir en encuentros presenciales.
Estrategia de Comunicación	Enfoque en mensajes que destaquen beneficios de asesoría, mantenimiento y descuentos, reforzando la confianza y cercanía con el cliente.
Seguimiento y Fidelización	Tarjetas de fidelidad físicas con descuentos y promociones especiales, con espacio para registro manual de visitas y compras.
Manual de Implementación	Capacitación básica del equipo en atención al cliente y distribución de materiales, asegurando coherencia en el mensaje y presencia física.

Nota. La tabla presenta los elementos y sus especificaciones o justificación en relación con la estrategia de comunicación y promoción, incluyendo materiales promocionales, puntos de

contacto, materiales de apoyo, estrategia de comunicación, seguimiento y fidelización, y el manual de implementación. *Fuente:* Elaboración propia.

Proceso de Ejecución (paso a paso)

Diseño de materiales impresos con mensajes enfocados en beneficios y confianza.

Capacitar al equipo de ventas en la promoción de la campaña y en la entrega de folletos y tarjetas de fidelidad.

Programar eventos presenciales en puntos estratégicos, como ferias o reuniones comunitarias, para distribuir materiales y conversar con potenciales clientes.

Anunciar en radios locales con mensajes cortos y persuasivos que refuercen la propuesta de valor de SAORMO.

Realizar visitas periódicas a clientes actuales y potenciales para entregar folletos y tarjetas, reforzando la cercanía y atención personalizada.

Registrar manualmente las visitas y compras en las tarjetas de fidelidad para incentivar futuras compras.

Evaluar mensualmente la cantidad de cotizaciones recibidas y la retroalimentación de los clientes para ajustar los mensajes y materiales.

Manual de Uso

El equipo debe entregar los folletos y tarjetas en cada interacción con potenciales clientes.

En las visitas, reforzar los beneficios de los servicios, destacando la asesoría personalizada y garantías.

Utilizar los anuncios en radio para reforzar la presencia y recordar los beneficios de la oferta.

Incentivar a los clientes a visitar la tienda física o contactarse mediante los datos en los folletos.

Registrar cada interacción en las tarjetas de fidelidad y en un cuaderno de seguimiento para futuras acciones.

Buenas Prácticas

Mantener un lenguaje cercano y profesional en todos los materiales.

Asegurar que los materiales impresos sean visualmente atractivos y coherentes con la marca.

No usar tecnología avanzada, enfocándose en la presencia física y la comunicación directa.

Reforzar los mensajes en cada contacto para crear recordación en los clientes potenciales.

Siguientes Pasos del Prototipado:

Fabricar un lote de 100 folletos y 50 tarjetas de fidelidad.

Capacitar al equipo en la entrega y explicación del material.

Realizar campañas de distribución en puntos estratégicos y en eventos locales. Medir el incremento en cotizaciones y la satisfacción del cliente durante 3 meses.

Ajustar los mensajes y materiales según la retroalimentación recibida.

Funcionamiento (Prototipo Funcional)

Este prototipo se enfoca en fortalecer la presencia física y la comunicación directa, reforzando los beneficios de SAORMO S.A.S. mediante materiales impresos y acciones presenciales. La estrategia busca aumentar la confianza, la recordación y la fidelidad, logrando así incrementar las cotizaciones diarias sin necesidad de tecnología avanzada.

Creación del Prototipo

Figura 15

Plataforma digital paso 1.



Nota. Se muestra un convertidor de texto que te ayuda a crear audio usando la inteligencia artificial. Tomado de: Narakeet. (s. f.). *Generador de voz.* Recuperado de <https://www.narakeet.com/create/es-generador-de-voz.html>

Figura 16

Plataforma digital paso 2.



Nota. Se muestra el uso de la herramienta digital insertando el mensaje radial. Tomado de: Narakeet. (s. f.). *Generador de voz.* Recuperado de <https://www.narakeet.com/create/es-generador-de-voz.html>

Figura 17

Plataforma digital paso 3.

Texto a audio

Escriba o pegue el [guion de narración](#) a continuación, o haga clic en «Subir archivo» para cargarlo desde un documento. Puede subir archivos de texto sin formato (.txt), MS Word (.docx y .doc), MS Excel (.xlsx y .xls), PDF, EPUB, RTF, Open Document (.odt, .ods) y subtítulos (.srt, .vtt).
(¿Busca un ejemplo rápido? Descargue [este archivo](#)).

IDIOMA: Inglés - Americano ▼

VOZ: Raymond (Hombre, Joven) ▼ ▶ +

▶ Mostrar tipos de voz

GUIÓN: (duración estimada: menos de un minuto)

“¡Transforma tus espacios con diseño, innovación y sostenibilidad!
En SAORMO S.A.S, somos especialistas en la fabricación e instalación de muebles de oficina que combinan funcionalidad, estilo y compromiso ambiental!”

SUBIR ARCHIVO **DICTAR** **CREAR AUDIO** ▶

Tu cuenta gratuita te permite subir archivos de hasta 10 MB, que contienen hasta 1 KB de texto narrativo.

Nota. Muestra cómo se crea el prototipo del mensaje radial. Tomado de: Narakeet. (s. f.).

Generador de voz. Recuperado de <https://www.narakeet.com/create/es-generador-de-voz.html>

Figura 18

Plataforma digital paso 4.



Nota. Se muestra el mensaje radial creado. Tomado de: Narakeet. (s. f.). *Generador de voz.*

Recuperado de <https://www.narakeet.com/create/es-generador-de-voz.html>

Figura 19

Prototipo Mensaje radial.



Nota. Muestra un mensaje a los clientes y consumidores permitiendo a la empresa SAORMO S.A.S ser más visible y reconocida. *Fuente:* Elaboración propia.

Figura 20

Evidencia folleto de prueba radial.



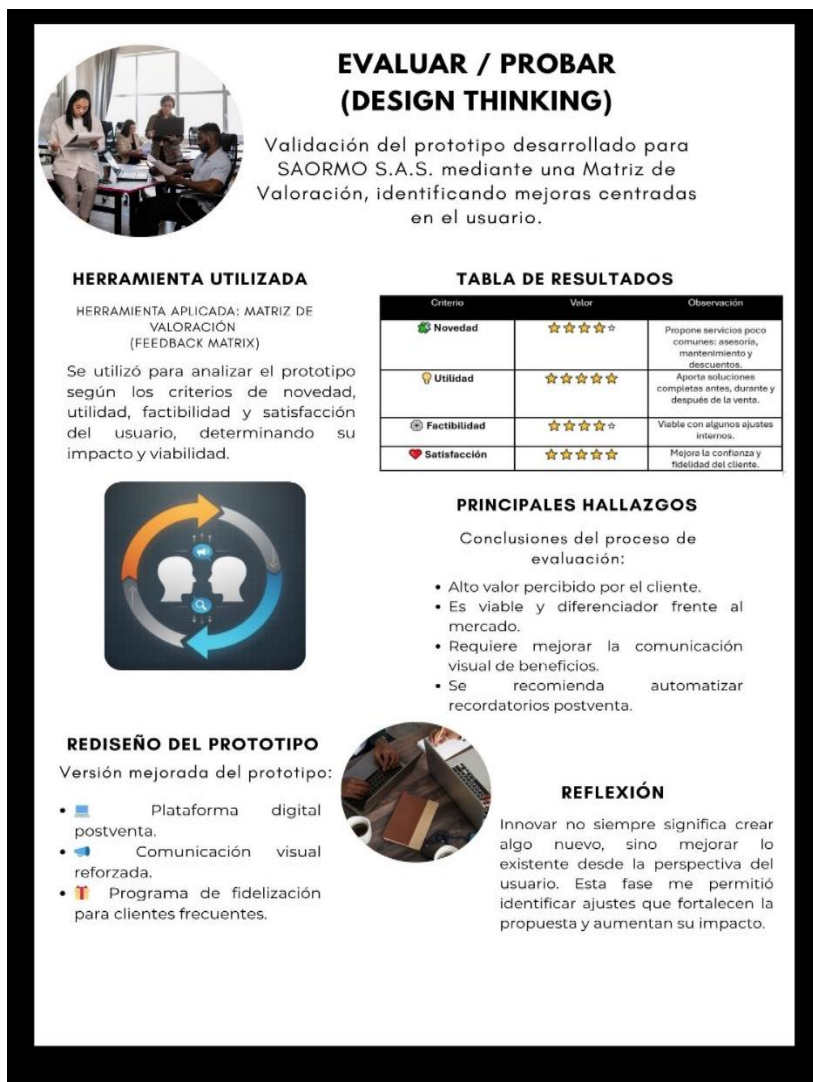
Nota. Se muestra el folleto del mensaje radial y se evidencia que se logra obtener los resultados esperados para que los clientes y consumidores puedan tener más visibilidad y contacto con la empresa SAORMO S.A.S. y así lograr mejor visibilidad con los usuarios finales para lograr obtener los objetivos esperados de la empresa. *Fuente:* Autoría propia.

Evaluar y Probar

Se evalúa el prototipo mediante pruebas con usuarios, recopilando retroalimentación para realizar ajustes y mejoras que aseguren la efectividad de la solución.

Figura 21

Matriz de valorización



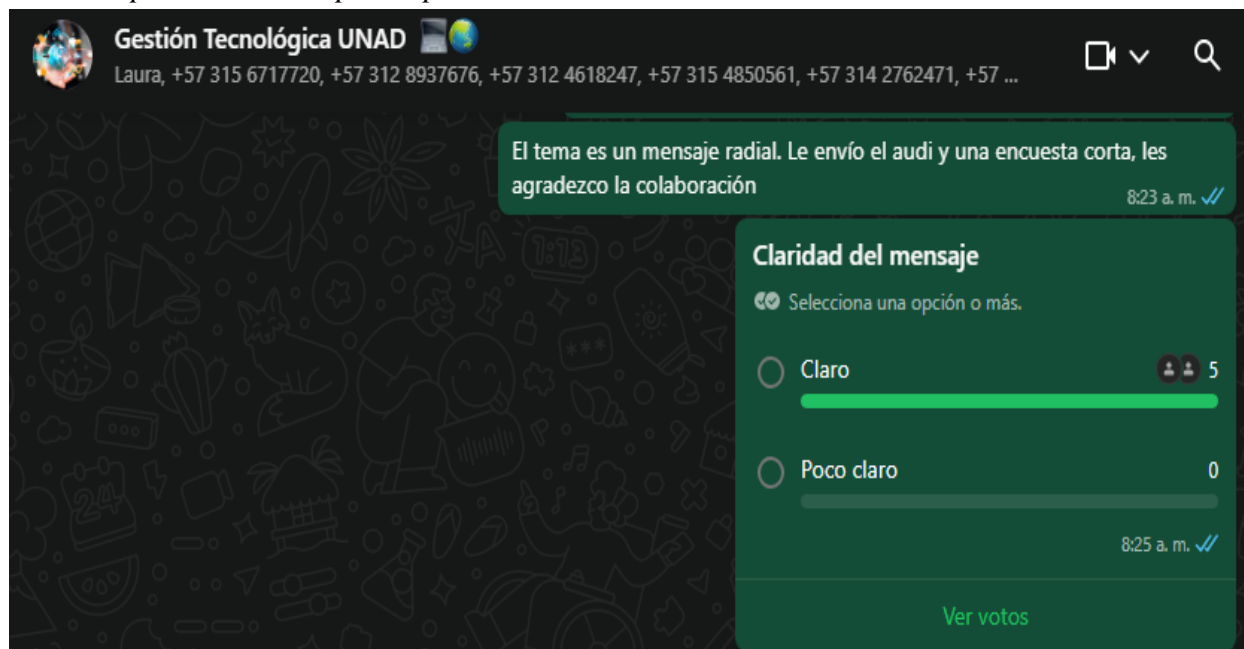
Nota. La figura presenta los resultados de la valoración del prototipo para SAORMO S.A.S, evaluando aspectos como novedad, utilidad, factibilidad y satisfacción del usuario, y destacando los principales hallazgos y recomendaciones para su mejora. *Fuente:* Elaboración propia.

Recomendaciones del Prototipo del Semillero

Encuesta objetiva para evaluar si el prototipo del mensaje radial cumple su finalidad. Para ello, se implementó una encuesta digital dirigida a estudiantes del programa de Gestión Tecnológica de la UNAD, con el fin de determinar si el prototipo cumple su función.

Figura 22

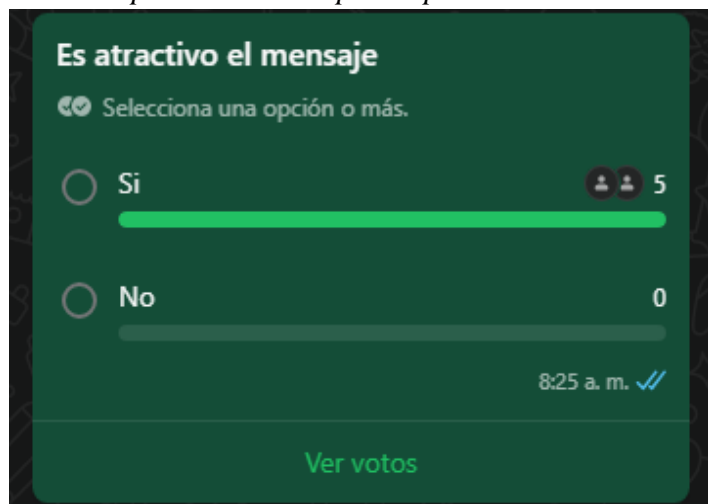
Encuesta para evaluar el prototipo.



Nota. Pantallazo de la encuesta realizada al grupo focal. *Fuente:* Elaboración propia.

Figura 23

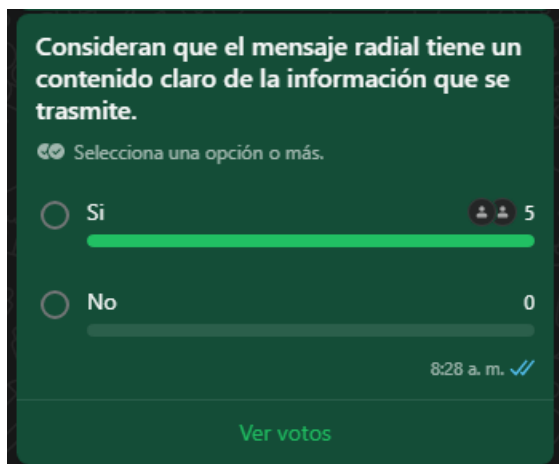
Encuesta para evaluar el prototipo.



Nota. Segunda pregunta de la encuesta. *Fuente:* Elaboración propia.

Figura 24

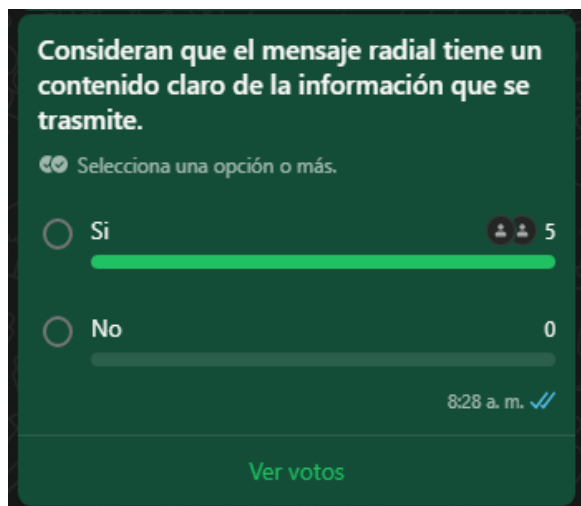
Encuesta para evaluar el prototipo.



Nota. Tercera pregunta de la encuesta. *Fuente:* Elaboración propia.

Figura 25

Encuesta para evaluar el prototipo.



Nota. Cuarta pregunta de la encuesta. *Fuente:* Elaboración propia.

En la encuesta podemos evaluar que prototipo cumple su función es claro el mensaje además atractivo para el público, su contenido es objetivo y consideran que ayuda a impulsar la visibilidad de la empresa.

Figura 26

Recomendaciones del semillero Ingeniero Cesar Augusto Diaz Diaz

The screenshot shows a Microsoft Stream video player. The main content is a presentation slide titled "Plantilla de generación de ideas" (Idea Generation Template) based on the SCAMP model. The slide lists six categories with specific recommendations:

- S (Suavizar):** ¿Qué puede suavizar este producto?
 - Sustituir la publicidad enfocada únicamente en el producto por una estrategia que destaque beneficios, asesoría personalizada y garantías.
 - Reemplazar procedimientos que no ofrecen acompañamiento y garantías por otros que brinden seguimiento preventivo y servicios de mantenimiento programado.
- C (Controlar):** ¿Qué puede controlar para crear más valor?
 - Controlar asesoría en diseño y distribución con servicios de mantenimiento y seguimiento preventivo para ofrecer un paquete integral.
 - Incluir ventas digitales con descuentos exclusivos para miembros y atención personalizada para mejorar la experiencia del cliente.
- A (Adaptar):** ¿Qué puede cambiar y cómo se puede mejorar?
 - Adaptar los campañas de marketing para resaltar los beneficios en lugar del precio, enfocándose en la confianza y seguridad en la instalación.
 - Adaptar el entorno para incluir beneficios para miembros, como preferencias y garantías extendidas.
- M (Modificar):** ¿Qué aspecto de nuestra oferta puede ser mejor, más atractivo o más innovador?
 - Modificar la estructura de precios y descuentos de la oferta de servicios adicionales.
 - Modificar la forma en que se comunica la propuesta de valor para mejorar la asesoría personalizada y la calidad del servicio.
- P (Proporcionar):** ¿Qué se puede añadir que mejore nuestra oferta?
 - Utilizar los servicios de asesoría y mantenimiento como diferenciador en la estrategia de venta, no solo para proyectos grandes sino también para pequeños arreglos o mantenimientos preventivos.
 - Aprovechar las plataformas digitales para ofrecer cotizaciones, seguimiento y atención personalizada, mejorando la experiencia del cliente.
- E (Estructurar):** ¿Qué se puede quitar que mejore nuestra oferta?
 - Eliminar la poca diferenciación en publicidad, enfocando en los beneficios y garantías en lugar de solo en el producto.
 - Reducir la percepción de costos elevados en mantenimiento y diseño mediante promociones o financiamiento asociado.

The video player interface includes a top bar with navigation and a right sidebar with participant avatars: VANESSA CLAVIO..., MAURICIO MARIUA..., AG (ANDRÉS ORLANDO...), SG (STEFANYA CARMEN...), and a bottom participant: ANDRÉS ORLANDO ALTAMIRANO GALVIS.

Nota. La figura evidencia las recomendaciones y acompañamiento por parte del semillero de investigación Ingeniería de Optimización, donde nos guían sobre el prototipo por parte del grupo Colaborativo 17 y así tener un panorama más claro acerca de la metodología Design Thinking más enfocado en el paso 4 prototipar y el paso 5 evaluar y probar. *Fuente:* Elaboración propia.

Definición y Características de un Objetivo (O)

Brunetta, H (2023). Afirma lo siguiente:

Un Objetivo (O) en el marco de la metodología OKR es una meta que se establece para orientar el trabajo de una organización, definiendo un destino claro y específico. Es un elemento que debe ser consensuado o impuesto por la misma persona que debe cumplirlo, con un plazo explícito para su cumplimiento y un feedback constante para monitorear el desempeño. Además, los objetivos son diseñados en conjunto y en un espacio de libertad, sin presiones excesivas, promoviendo el compromiso de quienes trabajan en su

consecución y reflejando la intención de definir metas claras que guíen las acciones diarias de la organización.

Características del Objetivo (O). Es una meta clara y específica, Puede ser consensuado o impuesto por la misma persona que lo debe cumplir, Tiene un plazo explícito para cumplirse, Se establece en un espacio de libertad, sin presiones excesivas, Promueve el compromiso de quienes participan en su logro, Sirve para marcar el destino de la organización y organizar el día a día (p. 26).

Definición y Características de un Resultado Clave (KR)

León, M.A. (2021). Define lo siguiente:

El uso de herramientas digitales en entornos educativos ha demostrado un potencial considerable para mejorar el aprendizaje, especialmente en contextos donde el acceso a recursos tradicionales es limitado. Sin embargo, la brecha digital persiste como una barrera que impide una participación equitativa. Es necesario que las políticas públicas y las instituciones académicas trabajen conjuntamente para garantizar una inclusión real, promoviendo tanto la infraestructura como la capacitación adecuada (p. 8).

Tabla 6

Registro de OKR diseñados

1. Nombre del estudiante	2. Objetivo (O)	3. Resultado clave (KR)
Mauricio Marulanda Mejía	0.1. Aumentar las cotizaciones diarias de 10 a 20 en los próximos 4 meses, logrando el doble	KR.1.1. Incrementar en un 100% las cotizaciones diarias, alcanzando al

de solicitudes de
presupuesto.

menos 20 solicitudes
viabiles mensuales.

KR.1.2. Aumentar el tráfico
en redes sociales y sitio web
en un 90% mediante
campañas de marketing
digital.

KR.1.3. Mejorar la tasa de
conversión de visitantes a
cotizaciones en un 20%,
mediante optimización del
proceso de contacto y
seguimiento.

KR.1.4. Lograr que el 80%
de las cotizaciones
provengan de canales
digitales (redes sociales,
página web, campañas
radiales).

Andrés Orlando Altamirano
Galvis

0.2. Fortalecer la
visibilidad y

KR.2.1. Implementar una
línea de productos

	<p>posicionamiento de la empresa en el mercado nacional de muebles y oficinas mediante estrategias innovadores basadas en economía circular, negocios verdes y análisis de tendencias de productos.</p>	<p>sostenibles hechos con materiales reutilizados que represente el 10% del catálogo total para el año 2026.</p>
		<p>KR.2.2. Implementar y desarrollar un certificado de buenas prácticas de economía circular con la entidad INCONTEC para el año 2026.</p>
		<p>KR.2.3. Alianzas con empresas vinculadas con negocios verdes para potenciar la visibilidad y la acreditar de la marca para el año 2026.</p>
<p>Stefanya Cárdenas Guzmán</p>	<p>0.3. Identificar el segmento de clientes específicos en la empresa SAORMO SAS para conocer su relación</p>	<p>KR.3.1. Recopilar y analizar el segmento de clientes empresariales y usuarios normales en un mes para conocer su</p>

con el producto y
necesidad

demografía, geografía y su
historial de compras.

KR.3.2. Implementar la encuesta de satisfacción al cliente trimestralmente para conocer nuevas formas de cómo llegarle al cliente en el servicio de postventa o preventa.

KR.3.3. Impulsar las ventas con descuentos oportunos en temporadas específicas para aumentar las ventas.

KR.3.4. Investigar semanalmente el mercado y la competencia para conocer las tendencias de materias primas y productos en el mercado.

KR.3.5. Seguimiento y medición mensualmente por

la herramienta CRM para organizar y centralizar toda la información sobre los clientes.

0.4. Desarrollar una propuesta de membresía que genere valor y fidelización mediante beneficios especiales

KR.4.1. Diseñar la estructura de la membresía definiendo niveles como básico y preferencial

KR.4.2. Lograr que el 50% de los clientes actuales se afilien al programa de la membresía

KR.4.3. Incrementar las ventas en un 20% a través de los clientes afiliados a la membresía, por medio de los descuentos y beneficios

KR.4.4 Diseñar en el sitio web una sección para registro en línea, acceso a

descuentos y contacto con asesores

0.5. Implementar un sistema digital de seguimiento y evaluación para optimizar el desempeño del proceso de innovación en SAORMO S.A.S.

KR.5.1. Desarrollar el prototipo funcional del sistema digital antes del final del segundo trimestre de 2025.

KR.5.2. Capacitar al 100% del equipo de innovación en el uso de la plataforma antes de su implementación.

KR.5.3. Reducir en un 20% el tiempo promedio de seguimiento de avances en comparación con el método actual.

KR.5.4. Obtener una calificación mínima de satisfacción del 90% por parte de los usuarios

Luísa María Cano Bermúdez

internos después del primer
mes de uso.

Nota. Se hace una descripción del contenido de la tabla en cuestión de lo que se esté exponiendo dentro de esta, para referenciar la tabla se puede tomar el ejemplo de la figura que está ubicada en este documento, se evidencia OKR diseñados por los integrantes del grupo para el proyecto de innovación. *Fuente:* Elaboración propia.

Conclusiones

En conclusión, el reto realizado a la empresa SAORMO SAS con respecto a la propuesta de innovación, durante las diferentes etapas del proceso se pudo identificar problemáticas como la baja visibilidad de la marca, la escasa fidelización de los clientes y la necesidad de ofrecer experiencias más personalizadas y cercanas.

Al analizar e indagar diferentes metodologías aplicadas en este proyecto para llegar a la solución y dar respuesta a la problema inicial nos permitió experimentar diferentes ámbitos y contextos reales que nos fueron útiles en el transcurso de esta innovación ya que en el mundo empresarial se pudo notar que está en constante cambio, por eso es importante tener una idea general de las técnicas y conceptos de innovación porque impulsa a las empresas a un crecimiento y eso se logra haciendo las cosas diferentes

Innovar no solo se trata de ideas al azar es un proceso que requiere un trabajo en equipo y una serie de herramientas que ayudan a construir la innovación, es por esto por lo que se hace indispensable entender cómo funciona.

Cada metodología aplicada ayudo a organizar las ideas y orientar el proceso de la búsqueda de soluciones para la empresa; enfocándonos en un diseño centrado para el usuario comprendiendo las necesidades y logrando analizar el comportamiento, las percepciones del usuario e identificando sus verdaderas demandas y las oportunidades de mejora en el área de marketing.

Se desarrolló una propuesta que busca mejorar la visibilidad, competitividad y relaciones duraderas con los clientes, promoviendo el crecimiento sostenible y el posicionamiento en el mercado mediante propuestas alineadas con las tendencias del sector y fortaleciendo la capacidad de adaptación de la empresa

Recomendaciones

En conclusión, el proceso desarrollado a lo largo de las fases 2 a 6 del Diplomado en Profundización en Gestión de la Innovación para el Diseño de Productos y Servicios permitió evidenciar la importancia de integrar la innovación como eje estratégico para la competitividad y sostenibilidad de la empresa SAORMO S.A.S. Cada fase aportó un componente esencial que fortaleció la comprensión, aplicación y proyección de la innovación desde un enfoque práctico, colaborativo y orientado a resultados.

Se recomienda continuar promoviendo el uso sistemático de herramientas como la vigilancia tecnológica, el Design Thinking y la metodología OKR, las cuales han demostrado ser fundamentales para identificar oportunidades de mejora, diseñar soluciones disruptivas y evaluar el cumplimiento de los objetivos estratégicos. Asimismo, es necesario fortalecer la gestión del conocimiento y la comunicación interdepartamental, fomentando espacios de co-creación entre estudiantes, empresarios y semilleros de investigación que permitan mantener una visión innovadora alineada con las tendencias globales.

De igual manera, se sugiere que la empresa SAORMO S.A.S consolide un sistema de innovación continua, basado en la recolección de información estratégica, la experimentación ágil y la medición de resultados mediante indicadores claros, lo que facilitará la adaptación al entorno digital y la sostenibilidad de las propuestas implementadas.

Finalmente, este proceso formativo evidencia que la innovación no debe concebirse como un evento aislado, sino como una cultura organizacional transversal, donde el aprendizaje, la creatividad y la colaboración se convierten en motores de transformación capaces de generar valor real y duradero tanto para la empresa como para su entorno.

Referencias Bibliográficas

- Aguirre-Villalobos, E. R., Ferrer-Mavárez, M. de los Á., Valecillos-Pereira, J. B., & Bustos-López, G. I. (2024). Metodología UX para la educación: Desarrollo de la creatividad desde proyectos de innovación . Revista de Ciencias Sociales (13159518), 30, 184–200. <https://research-ebSCO-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=6eae2d8a-5def-3a52-8f18-8d2e9df58fec>
- Brunetta, H. (2023). OKRs y métricas de negocios: metodologías ágiles para resultados exitosos. ¿Qué es un OKR? Pp. (26 – 31) Pluma Digital Ediciones. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/231789>
- Brunetta, H. (2023). OKRs y métricas de negocios: metodologías ágiles para resultados exitosos. Como introducir la metodología OKR en una organización Pp. (51 – 69) Pluma Digital Ediciones. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/231789>
- Cepeda Rosas, O. M. (2023) El Concepto de Innovación. El Concepto de Innovación [Objeto_virtual_de_aprendizaje_OVA]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/55481>
- Diaz, F. J., et al. (2024). Introducción a Power BI [Objeto_virtual_de_aprendizaje_OVA]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/60768>
- Figueroa, W. (2022). Design Thinking: Definir [Objeto_virtual_de_información_OVI]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/49163>

Figueroa, W. (2022). Design Thinking: Empatizar

[Objeto_virtual_de_información_OVI]. Repositorio Institucional UNAD.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/49164>

Figueroa, W. (2022). Design Thinking: Idear

[Objeto_virtual_de_información_OVI]. Repositorio Institucional UNAD.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/49253>

Figueroa, W. (2022). Design Thinking: Probar

[Objeto_virtual_de_información_OVI]. Repositorio Institucional UNAD.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/49160>

Figueroa, W. (2022). Design Thinking: Prototipa

[Objeto_virtual_de_información_OVI]. Repositorio Institucional UNAD.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/49162>

GIMINSTITUTE. (2009-2021). *CertificacionesGIMINSTITUTE*. Obtenido de GIMINSTITUTE:

<https://certifications.giminstitute.org/my/>

Kantis, H., Menendez, C., Álvarez-Martínez, P., & Federico, J. (2023). Colaboración entre grandes empresas y startups: una nueva forma de innovación abierta . *TEC Empresarial*, 17(1), 70–93. [https://research-ebSCO-](https://research-ebSCO-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=640358db-5fa3-34b6-b718-379251e9ce54)

[com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=640358db-5fa3-34b6-b718-379251e9ce54](https://research-ebSCO-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=640358db-5fa3-34b6-b718-379251e9ce54)

León, M. Á. (2021). De Experto Gestor a Líder Ágil . *CCA Insights*, 8, 42–45. <https://research-ebSCO-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=42b5f99b-ff29-3a00-95ff-a635756033dd>

- Márquez-Vásquez, P., & Caicedo-Consuegra, Lady. (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>.
- mincit.gov.co. (21 de Abril de 2023). *Las microempresas fortalecen el tejido empresarial colombiano*. Obtenido de mincit.gov.co: <https://www.mincit.gov.co/prensa/foto-noticias/microempresas-fortalecen-el-tejido-empresarial>
- 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. Capítulo 2. *Metodologías Ágiles y Formación para el Emprendimiento* . Sello Editorial UNAD. <https://libros.unad.edu.co/index.php/selloeditorial/catalog/book/189>
- Narakeet. (s. f.). *Generador de voz*. Recuperado de: https://www.narakeet.com/create/es-generador-de-voz.html_Narakeet
- p4s.co. (19 de junio de 2024). p4s.co. Obtenido de Retos de innovación empresarial y cómo obtenerlos: <https://p4s.co/news/retos-de-innovacion-empresarial-y-como-obtenerlos/>
- Portafolio. (18 de Febrero de 2025). *El impacto de la tecnología en la evolución de las Pymes*. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/tecnologia/como-la-esta-transformando-a-las-pequenas-y-medianas-empresas-624130>
- Tafur Sánchez, B. E., Acosta Ordoñez, J., & Sepúlveda Ortiz, P. A. (2025). Resistencia en la adopción de digitalización financiera en empresas medianas y pequeñas en Colombia. p, 1-116. <https://repository.ugc.edu.co/server/api/core/bitstreams/ca8cbd43-c247-4591-bc11-03506d091bd3/content>

Triana, K. N. (2024). La exploración de información en la vigilancia tecnológica
[Objeto_virtual_de_información_OVI]. Repositorio Institucional UNAD.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/65610>

UNAD Emprende y Expande: Innovando con la VIEM . (2024). Podcast No. 158. Episodio #1.

[Pódcast de audio]. Radio UNAD

Virtual. <https://ruv.unad.edu.co/ruvwp/podcast/podcast-no-158-episodio-1-podcast-creado-por-la-viem-unad-emprende-y-expande-innovando-con-la-viem/>

Usaquén, M. Á. O., García, V. H. M., & Molano, J. I. R. (2020). Integración de la Inteligencia de Negocios, la Inteligencia de Mercados y la Inteligencia Competitiva desde el análisis de datos. Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información, (E34), 609-619.