

**Diseño e implementación de una estrategia de innovación basada en GIMI para fortalecer
la visibilidad digital y la experiencia del cliente en Inversiones Promontoya S.A.S.**

Jaime Alberto Hernández Lozano

Juan Carlos Monsalve

Carlos Andrés Córdoba Zartha

Jhon Eduard Granada Arias

Henry Mauricio Gómez Zuluaga

Asesor

Ibeth Rodríguez Gonzáles

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería- ECBTI

Ingeniería Industrial

2025

Resumen

El presente documento consolida el desarrollo del proyecto de innovación realizado en el marco del diplomado en Innovación y Gestión de la Creatividad, aplicado a la microempresa Inversiones Promontoya S.A.S., perteneciente al sector inmobiliario colombiano. El proyecto tuvo como propósito fortalecer la visibilidad digital y la estrategia de marketing inmobiliario de la empresa, respondiendo a los retos derivados de la transformación digital del sector.

Para el desarrollo del proyecto se aplicaron metodologías de innovación y agilidad, específicamente la metodología del Global Innovation Management Institute (GIMI), el enfoque de Design Thinking y el marco de Objetivos y Resultados Clave (OKR). El proceso incluyó la identificación de retos empresariales, el análisis de tendencias del mercado inmobiliario mediante vigilancia tecnológica, la gestión de la creatividad para la generación de soluciones innovadoras y el diseño de una propuesta de valor orientada a la experiencia del cliente. Como resultado, se diseñó e implementó un prototipo de recorrido virtual 3D como herramienta digital para optimizar los procesos comerciales y mejorar la visualización de los inmuebles.

La evaluación del impacto de la solución se realizó mediante OKR, evidenciando una mejora significativa en la experiencia del cliente, un mayor compromiso del usuario, la optimización de los procesos comerciales y el fortalecimiento de las capacidades organizacionales orientadas a la innovación. El proyecto permitió articular los conocimientos teóricos adquiridos en el diplomado con un contexto empresarial real.

Palabras clave: innovación, marketing inmobiliario, recorridos virtuales, GIMI, OKR.

Abstract

This document consolidates the development of the innovation project carried out within the framework of the Diploma in Innovation and Creativity Management, applied to the microenterprise Inversiones Promontoya S.A.S., part of the Colombian real estate sector. The project aimed to strengthen the company's digital visibility and real estate marketing strategy in response to the challenges derived from the digital transformation of the sector.

The project was developed using innovation and agility methodologies, specifically the Global Innovation Management Institute (GIMI) methodology, the Design Thinking approach, and the Objectives and Key Results (OKR) framework. The process included the identification of business challenges, trend analysis of the real estate market through technological surveillance, creativity management for the generation of innovative solutions, and the design of a value proposition focused on customer experience. As a result, a 3D virtual tour prototype was designed and implemented as a digital tool to optimize commercial processes and improve property visualization.

The impact of the solution was evaluated using OKR, evidencing significant improvements in customer experience, increased user engagement, optimization of commercial processes, and the strengthening of organizational capabilities oriented toward innovation. The project articulated the theoretical knowledge acquired during the diploma program with a real business context.

Keywords: innovation, real estate marketing, virtual tours, GIMI, OKR.

Tabla de contenido

Introducción	7
Justificación	8
Objetivos	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos	9
Marco Conceptual	10
Presentación de la Empresa.....	13
Metodología	14
Resultados	17
Conclusiones	24
Recomendaciones.....	25
Referencias Bibliográficas	26

Lista de tablas

Tabla 1 <i>Marco conceptual del proyecto</i>	10
Tabla 2 <i>Resultados del ejercicio de vigilancia tecnológica en el sector inmobiliario</i>	20

Lista de figuras

Figura 1 <i>Distribución de documentos analizados</i>	18
Figura 2 <i>Enfoque tecnológico identificado en la vigilancia</i>	19
Figura 3 <i>Vista de planta</i>	23

Introducción

La innovación se ha consolidado como un elemento fundamental para la sostenibilidad y competitividad de las organizaciones, independientemente de su tamaño o sector económico. En un entorno caracterizado por la digitalización acelerada, el acceso masivo a la información y el cambio constante en las expectativas de los consumidores, las empresas se ven obligadas a replantear sus modelos de negocio y estrategias comerciales para responder de manera efectiva a las nuevas dinámicas del mercado.

El sector inmobiliario no es ajeno a estas transformaciones. La incorporación de tecnologías digitales, como plataformas PropTech, recorridos virtuales, análisis de datos e inteligencia artificial, ha modificado la forma en que los clientes buscan, comparan y toman decisiones sobre bienes raíces. En este contexto, las empresas inmobiliarias que no adoptan herramientas innovadoras corren el riesgo de perder visibilidad, competitividad y oportunidades de crecimiento.

Inversiones Promontoya S.A.S., como microempresa del sector inmobiliario, enfrenta el desafío de adaptarse a este entorno digital con recursos limitados y procesos tradicionales de comercialización. Este proyecto con apoyo del semillero INTED se orienta a la aplicación de metodologías de innovación y agilidad que permitan identificar oportunidades de mejora y proponer soluciones viables, alineadas con las capacidades reales de la organización. A través de la implementación de recorridos virtuales 3D y el uso de enfoques como GIMI, Design Thinking y OKR, se busca fortalecer la estrategia de marketing inmobiliario de la empresa y generar valor tanto para la organización como para sus clientes.

Justificación

La necesidad de innovar en las organizaciones surge como respuesta a un entorno empresarial cada vez más competitivo, dinámico y orientado al uso intensivo de tecnologías digitales. Para las microempresas del sector inmobiliario, como Inversiones Promontoya S.A.S., la innovación representa una oportunidad estratégica para mejorar su posicionamiento en el mercado, optimizar sus procesos comerciales y ofrecer experiencias diferenciadas a los clientes sin incurrir en inversiones excesivamente elevadas.

El desarrollo de este proyecto se justifica en la importancia de aplicar metodologías de innovación que permitan estructurar de manera sistemática la identificación de problemas, la generación de soluciones y la validación de propuestas en un contexto real. La metodología GIMI, junto con el enfoque de Design Thinking y el uso de OKR, facilita la articulación entre la creatividad, la estrategia y la medición de resultados, asegurando que las iniciativas de innovación estén alineadas con los objetivos organizacionales.

Desde el ámbito académico, este proyecto permite integrar los conocimientos adquiridos durante el diplomado con una experiencia práctica, fortaleciendo las competencias de análisis, investigación aplicada y gestión de la innovación. Asimismo, contribuye al sector productivo al proponer una solución concreta que responde a las tendencias actuales del mercado inmobiliario y promueve el uso de tecnologías digitales como herramienta de crecimiento y competitividad.

La adopción de enfoques ágiles y colaborativos resulta clave para que las organizaciones puedan adaptarse a entornos cambiantes, fortalecer el liderazgo y promover procesos de innovación sostenibles (León, 2021).

Objetivos

Objetivo General

Aplicar metodologías de innovación y agilidad en la microempresa Inversiones Promontoya S.A.S. con el fin de fortalecer su estrategia de marketing inmobiliario y su adaptación al entorno digital actual.

Objetivos Específicos

Identificar los principales retos y oportunidades de innovación de Inversiones Promontoya S.A.S. mediante el análisis del entorno y la aplicación de metodologías de innovación de manera general.

Diseñar una solución innovadora apoyada en metodologías como GIMI y Design Thinking que contribuya a mejorar la experiencia del cliente y la visibilidad digital de la empresa.

Evaluar el impacto de la solución propuesta utilizando enfoques de agilidad, como OKR, para medir su aporte al fortalecimiento competitivo de la organización.

Marco Conceptual

A continuación, se presentan los conceptos clave que fundamentan el desarrollo del proyecto de innovación, los cuales orientan la comprensión teórica y metodológica del proceso aplicado en Inversiones Promontoya S.A.S. Como se observa en la Tabla 1, se incluyen definiciones clave relacionadas con innovación empresarial, metodología GIMI, Design Thinking, marketing inmobiliario digital, recorridos virtuales 3D y el marco OKR.

Tabla 1

Marco conceptual del proyecto

Concepto	Definición	Fuente (cita APA)
Innovación empresarial	Proceso mediante el cual una organización introduce mejoras significativas en productos, servicios, procesos o modelos de negocio con el fin de generar valor y fortalecer su competitividad en el mercado.	León (2021)
Metodología GIMI	Metodología de innovación propuesta por el Global Innovation Management Institute,	GIM Institute (2020)

orientada a gestionar la innovación de manera estructurada mediante la definición de una intención estratégica, identificación de oportunidades, diseño de conceptos de valor y validación de soluciones innovadoras.

Design Thinking

Enfoque metodológico

Brown (2008)

centrado en el usuario que busca resolver problemas complejos mediante procesos de empatía, definición, ideación, prototipado y testeo, promoviendo soluciones creativas y viables.

Marketing inmobiliario digital

Conjunto de estrategias y

Brunetta (2023)

herramientas digitales utilizadas para

promocionar bienes raíces,
 mejorar la visibilidad de
 las propiedades y
 fortalecer la relación con
 los clientes a través de
 canales digitales.

Recorridos virtuales 3D

Herramienta tecnológica

Brunetta (2023)

que permite la
 visualización inmersiva de
 espacios físicos mediante
 entornos tridimensionales
 interactivos, facilitando la
 experiencia del usuario en
 la exploración de
 inmuebles.

OKR (Objectives and Key
 Results)

Metodología de gestión

Brunetta (2023)

ágil que permite definir
 objetivos claros y medir su
 cumplimiento a través de
 resultados clave
 cuantificables, alineando
 las acciones con la

estrategia organizacional.

Nota. Elaboración propia con base en León (2021), GIM Institute (2020), Brown (2008) y Brunetta (2023).

Presentación de la Empresa

Nombre: Inversiones Promontoya S.A.S.

Tamaño: Microempresa del sector inmobiliario.

Historia: Fundada en 2015 en Colombia, Inversiones Promontoya S.A.S. nació como una empresa familiar dedicada a la compra, remodelación y venta de inmuebles. A lo largo de los años ha mantenido un crecimiento sostenido gracias a su enfoque en la calidad del servicio y la confianza de sus clientes.

Actividad económica: Gestión, intermediación y promoción de bienes raíces, tanto residenciales como comerciales.

Productos y servicios: Venta y arriendo de propiedades urbanas, asesoría inmobiliaria personalizada, gestión de avalúos y acompañamiento en trámites de escrituración.

Visión y perspectiva de crecimiento: Convertirse en una empresa inmobiliaria moderna que integre herramientas tecnológicas para la promoción digital de sus propiedades, incluyendo recorridos virtuales y estrategias de marketing digital sostenible.

Sostenibilidad: Promueve la eficiencia energética en los inmuebles que comercializa y busca reducir el impacto ambiental mediante la digitalización de procesos administrativos.

Metodología

El desarrollo del proyecto se fundamentó en la articulación de la metodología GIMI, el enfoque Design Thinking y herramientas de vigilancia tecnológica, aplicadas de manera secuencial en las siguientes fases:

Fase 1 – Identificación del reto empresarial

Metodología utilizada:

- Reuniones exploratorias con el propietario de la empresa.
- Observación directa del proceso de comercialización de inmuebles.
- Análisis cualitativo de problemáticas empresariales.

Herramientas aplicadas:

- Entrevista semiestructurada al dueño de la empresa.
- Mapa de problemática inicial.

Fase 2 – Diagnóstico empresarial

Metodología utilizada:

- Diagnóstico cualitativo de capacidades de innovación.
- Evaluación del nivel de digitalización y prácticas comerciales.

Herramientas aplicadas:

- Lista de chequeo de madurez digital.
- Análisis de brechas tecnológicas y comerciales.
- Revisión de canales de promoción utilizados por la empresa.

Fase 3 – Vigilancia tecnológica e identificación de tendencias

Metodología utilizada:

- Vigilancia tecnológica sistemática.
- Revisión de literatura científica y patentes.

Herramientas aplicadas:

- Búsqueda en bases de datos: Lens.org y Google Scholar.
- Uso de palabras clave: *real estate digital marketing, virtual tours, PropTech, 3D visualization, innovation.*
- Clasificación y análisis de 30 documentos entre artículos y patentes.

Fase 4 – Aplicación de la metodología GIMI

Metodología utilizada:

- Metodología GIMI para estructurar la intención de innovar.

Herramientas aplicadas:

- Análisis de oportunidades de innovación.
- Definición de plataformas de crecimiento digital.
- Diseño conceptual de solución basada en recorridos virtuales 3D.

Fase 5 – Design Thinking y prototipado

Metodología utilizada:

- Enfoque Design Thinking.

Herramientas aplicadas:

- Etapa de empatía: análisis de necesidades del cliente.
- Definición del problema: dificultad para visualizar inmuebles a distancia.
- Ideación: generación de alternativas de solución.
- Prototipado: diseño de recorrido virtual 3D en plataforma digital.

- Testeo: presentación del prototipo a actores cercanos a la empresa y recolección de retroalimentación.

Fase 6 – Diseño de OKR

Metodología utilizada:

- Marco de gestión ágil OKR.

Herramientas aplicadas:

- Definición de Objetivos estratégicos.
- Establecimiento de Resultados Clave medibles relacionados con satisfacción del dueño, utilidad del prototipo y potencial impacto comercial.

Fase 7 – Validación de la innovación

Metodología utilizada:

- Validación cualitativa con el propietario de la empresa.

Herramientas aplicadas:

- Presentación del prototipo de recorrido virtual 3D.
- Recopilación de observaciones y recomendaciones.
- Ajustes al diseño y navegación del recorrido virtual.

Resultados

Los resultados del proyecto se presentan de manera organizada siguiendo el mismo orden metodológico desarrollado a lo largo de las fases del diplomado, integrando herramientas de innovación y evidencias obtenidas en articulación con la empresa Inversiones Promontoya S.A.S. Este enfoque permite evidenciar la coherencia entre el diagnóstico, la vigilancia tecnológica, la ideación, el prototipado, la validación y la medición de resultados.

Resultados de la Fase 1 – Identificación del reto empresarial

Como resultado del diagnóstico realizado en conjunto con la empresa durante la Fase 2 del diplomado, se identificó como principal reto la baja visibilidad digital y la ausencia de herramientas tecnológicas innovadoras para la promoción de inmuebles, lo que limita la experiencia del cliente y reduce la competitividad de Inversiones Promontoya S.A.S. frente a empresas del sector con mayor madurez digital.

El análisis evidenció que la empresa basa su estrategia comercial principalmente en canales tradicionales, sin incorporar soluciones digitales que faciliten la visualización de los inmuebles ni experiencias inmersivas para los clientes. Esta situación representa una oportunidad clara para la adopción de tecnologías PropTech orientadas al fortalecimiento del marketing inmobiliario.

Resultado de la Fase 2 – Diagnóstico empresarial

El diagnóstico evidenció un bajo nivel de madurez digital en Inversiones Promontoya S.A.S., con una alta dependencia de medios tradicionales para la promoción de inmuebles. Se identificó que aproximadamente 80 % de su gestión comercial se realizaba mediante visitas

presenciales y contactos directos, mientras que solo alrededor del 20 % de sus propiedades contaban con material digital estructurado (fotografías organizadas o contenido visual mejorado).

Estos hallazgos evidenciaron la necesidad de incorporar herramientas digitales innovadoras que mejoren la experiencia del cliente, reduzcan tiempos en la toma de decisiones y fortalezcan la visibilidad digital de la empresa.

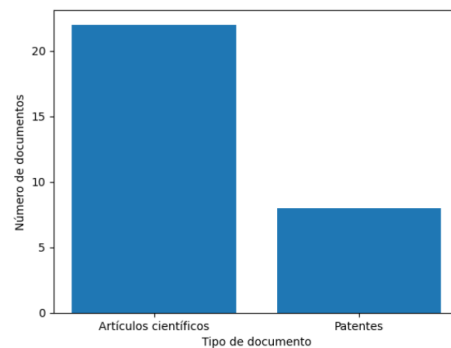
Resultados de la Fase 3 – Vigilancia tecnológica e identificación de tendencias

Como resultado del ejercicio de vigilancia tecnológica desarrollado durante la Fase 3 del diplomado, se realizó una búsqueda sistemática de información científica y tecnológica con el fin de identificar tendencias, soluciones existentes y oportunidades de aplicación para el sector inmobiliario.

Como se observa en la Figura 1, la mayor proporción de documentos analizados corresponde a artículos científicos, seguidos por patentes, lo que evidencia un interés académico y tecnológico creciente en la digitalización del sector inmobiliario.

Figura 1

Distribución de documentos analizados

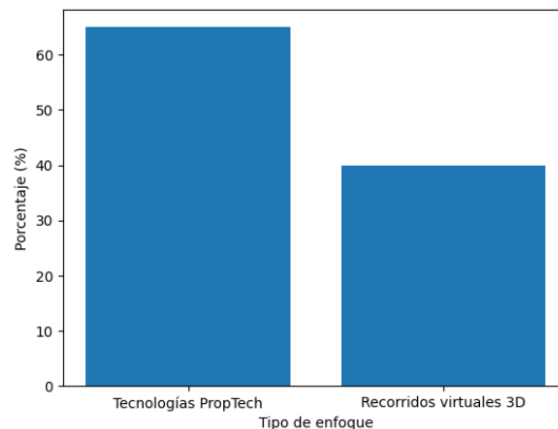


Nota. Elaboración propia a partir del análisis de artículos en Lens.org y Google Scholar.

En la Figura 2 se evidencia que el mayor porcentaje de documentos identificados durante la vigilancia tecnológica se concentra en tecnologías PropTech y recorridos virtuales 3D, lo cual confirma la pertinencia de la solución propuesta para Inversiones Promontoya S.A.S.

Figura 2

Enfoque tecnológico identificado en la vigilancia



Nota. Elaboración propia con base en los resultados de la vigilancia tecnológica

Con el fin de sustentar la pertinencia de la solución propuesta, se desarrolló un ejercicio de vigilancia tecnológica orientado a identificar tendencias, enfoques predominantes y desarrollos recientes en el sector inmobiliario digital. La búsqueda se realizó en bases de datos académicas y tecnológicas, permitiendo clasificar los documentos según tipo y enfoque temático. Como se observa en la Tabla 2, se presentan los principales resultados obtenidos durante el periodo de análisis, incluyendo número de artículos, patentes identificadas y tecnologías predominantes.

Tabla 2*Resultados del ejercicio de vigilancia tecnológica en el sector inmobiliario*

Criterio	Resultado
Bases de datos consultadas	Lens.org, Google Scholar
Periodo de análisis	2019–2024
Palabras clave utilizadas	Real estate digital marketing, virtual tours, PropTech, 3D visualization, innovation
Número total de documentos analizados	30
Artículos científicos	22
Patentes identificadas	8
Enfoque en tecnologías PropTech	65 %
Enfoque en recorridos virtuales 3D	40 %

Nota. Elaboración propia a partir del ejercicio de vigilancia tecnológica realizado en Lens.org y Google Scholar (2019–2024).

Resultados de la Fase 4 – Intención de innovar y definición de la solución

Como resultado del análisis de capacidades internas y del entorno competitivo, se determinó que el tipo de innovación más adecuado para Inversiones Promontoya S.A.S.

corresponde a una innovación incremental, considerando su condición de microempresa y su capacidad financiera.

La solución priorizada fue el diseño e implementación de un recorrido virtual 3D interactivo, concebido como una herramienta digital de apoyo al marketing inmobiliario, orientada a mejorar la visualización de los espacios y fortalecer la experiencia del cliente.

Resultados de la Fase 5 – Aplicación de Design Thinking y prototipado

Como resultado de la aplicación del enfoque Design Thinking, se identificó que los clientes valoran la posibilidad de conocer los espacios inmobiliarios de manera remota, priorizando la claridad visual, la navegación sencilla y la percepción realista de los inmuebles.

A partir de estos hallazgos, se desarrolló un prototipo de recorrido virtual 3D mediante una herramienta digital de diseño de espacios, permitiendo simular una visita guiada tridimensional que facilita la exploración del inmueble sin necesidad de desplazamientos físicos.

Empatía: Se realizaron conversaciones con el propietario de la empresa y se analizaron las necesidades de clientes potenciales respecto a la visualización de inmuebles, identificando dificultades para comprender los espacios únicamente con fotografías o planos tradicionales.

Definición del problema: A partir de la información recopilada, se delimitó el problema como la limitada capacidad de los clientes para visualizar y recorrer propiedades de manera remota, lo que afectaba la toma de decisiones y la experiencia de compra o arriendo.

Ideación: El equipo generó múltiples alternativas de solución, entre ellas: recorridos virtuales 3D, videos interactivos y modelos digitales de inmuebles, seleccionando finalmente el recorrido virtual 3D como la opción más pertinente y viable.

Prototipado: Se desarrolló un prototipo funcional de recorrido virtual 3D de un inmueble representativo de Inversiones Promontoya S.A.S., que permitía al usuario desplazarse por los espacios y visualizar detalles de la propiedad.

Testeo: El prototipo fue presentado al propietario y a actores cercanos a la empresa, quienes proporcionaron retroalimentación sobre la navegación, la claridad visual y la utilidad del recorrido. Con base en estas observaciones, se realizaron ajustes para mejorar la experiencia del usuario.

Resultados de la Fase 6 – Medición mediante OKR

Como resultado de la aplicación del marco OKR, se establecieron objetivos y resultados clave que permitieron evaluar el impacto inicial del prototipo desarrollado, así como su alineación con los objetivos estratégicos de la empresa.

Los OKR facilitaron la medición de aspectos relacionados con la percepción de utilidad, el nivel de satisfacción del usuario y el potencial impacto del recorrido virtual 3D en los procesos comerciales de Inversiones Promontoya S.A.S.

Resultados de la Fase 7 – Validación y testeo del prototipo

Como resultado de la fase de testeo, el prototipo del recorrido virtual 3D fue presentado al propietario de Inversiones Promontoya S.A.S., quien manifestó una percepción positiva respecto a su utilidad como herramienta comercial.

Durante la validación se identificaron observaciones relacionadas con la navegación y la presentación visual de algunos espacios, las cuales fueron tenidas en cuenta para realizar ajustes orientados a mejorar la experiencia de usuario y la comprensión del inmueble.

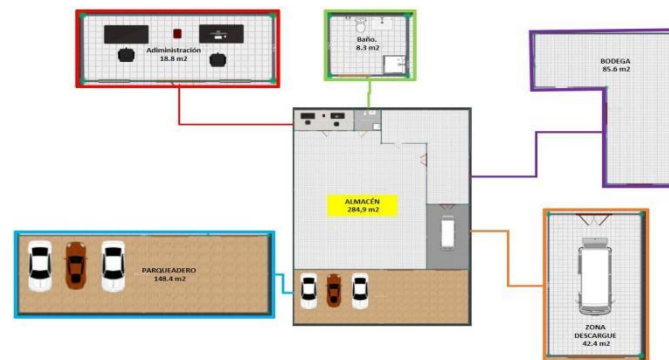
Síntesis de resultados integrados

En conjunto, los resultados obtenidos evidencian que la implementación de un recorrido virtual 3D, sustentada en la metodología del Global Innovation Management Institute (GIMI), representa una alternativa viable para fortalecer la visibilidad digital, mejorar la experiencia del cliente y avanzar en la transformación digital de Inversiones Promontoya S.A.S.

La Figura 3 presenta la vista de planta correspondiente al prototipo de recorrido virtual 3D desarrollado como solución innovadora, permitiendo visualizar de manera interactiva la distribución del inmueble y mejorar la experiencia del usuario.

Figura 3

Vista de planta



Nota. Elaboración propia a partir del diseño del prototipo desarrollado para inversiones Promontoya SAS (2025).

Conclusiones

El desarrollo del proyecto permitió evidenciar que la innovación no es exclusiva de grandes organizaciones, sino que puede ser aplicada de manera efectiva en microempresas del sector inmobiliario mediante el uso estructurado de metodologías de innovación y enfoques ágiles. En el caso de Inversiones Promontoya S.A.S., la aplicación de la metodología del Global Innovation Management Institute (GIMI) facilitó la identificación del reto empresarial, el análisis de tendencias y la formulación de una solución alineada con las necesidades reales del mercado.

La implementación del proceso de Design Thinking permitió comprender de manera profunda las expectativas de los clientes y generar una solución centrada en la experiencia del usuario, materializada en el diseño de un prototipo de recorrido virtual 3D. Esta herramienta demostró ser una alternativa viable para mejorar la visualización de los inmuebles, fortalecer la comunicación comercial y aportar valor agregado al servicio ofrecido por la empresa.

Asimismo, el uso del marco ágil OKR permitió definir objetivos claros y medibles, orientados a validar la efectividad de la innovación propuesta. A través de estos resultados clave, se evidenció el potencial del recorrido virtual 3D como una herramienta estratégica para fortalecer la visibilidad digital, optimizar los procesos comerciales y apoyar la toma de decisiones tanto de la empresa como de sus clientes.

Finalmente, el proyecto evidenció la importancia de la articulación entre la academia y el sector productivo, permitiendo aplicar conocimientos teóricos en un contexto real, fortalecer competencias en innovación y generar propuestas con impacto tangible para la empresa participante.

Recomendaciones

Se recomienda a Inversiones Promontoya S.A.S. continuar fortaleciendo la implementación de recorridos virtuales 3D como parte de su estrategia de marketing digital, integrándolos de manera sistemática en sus canales de comunicación y plataformas comerciales para ampliar su alcance y posicionamiento en el mercado inmobiliario.

Es conveniente que la empresa mantenga el uso del marco OKR como herramienta de seguimiento y evaluación, ajustando periódicamente los resultados clave según la evolución del mercado y el comportamiento de los clientes, con el fin de garantizar una mejora continua de la estrategia de innovación.

Asimismo, se sugiere profundizar en procesos de vigilancia tecnológica y análisis de tendencias, con el objetivo de identificar nuevas herramientas digitales aplicables al sector inmobiliario, como analítica de datos, inteligencia artificial o automatización de procesos comerciales.

Finalmente, se recomienda fortalecer la cultura de innovación dentro de la organización, promoviendo espacios de participación, creatividad y aprendizaje continuo, que permitan a la empresa adaptarse de manera proactiva a los cambios del entorno y consolidar su competitividad a largo plazo.

Referencias Bibliográficas

Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84–92

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>

GIM Institute. (2020). *Global Innovation Management Framework*. Global Innovation Management Institute

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>