



**TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario**

**La metodología scrum como fomento de la creatividad e innovación en el desarrollo de una
campaña de marketing digital**

Corporación Universitaria Remington.
Facultad de Ciencias Empresariales
Administración de Empresas

Cindy Gaibao Hernández
Yereydis Medina Canchila
Yolibeth Meza Vergara
Tutora: Natalia Ortiz Luna
Opción de Trabajo de grado Seminario
2024

Dedicatoria

A Dios quien ha sido mi roca y guía en este proceso de aprendizaje, a mi amada hija Emilia y esposo Deibith por ser mi inspiración y no soltar mi mano en todo este camino este logro es nuestro en equipo. A mi familia por su amor e incondicionalidad y por último a mis amigas Yolibeth y Yereydis por ser el mejor equipo de trabajo durante estos años.

Cindy

A Dios mi refugio y fortaleza, a mi pareja por su amor y comprensión, a mi hija que me ha enseñado el verdadero significado de la vida, a mis padres que han dado la vida y me han enseñado a valorar, a mis compañeras de aventuras que son alegría y luz en mi vida, aquellas que me han apoyado y me han enseñado el verdadero valor de la amistad.

Yolibeth

A Dios quien es mi luz y esperanza, a mis amados hijos Miguel Ángel y Alejandro por ser mi motivación para llevar a cabo con éxito este proyecto de vida, a mi esposo Álvaro por ser mi compañero fiel y apoyarme cada día, a mis padres por su siempre estar para mí, a mis amigas y compañeras Yolibeth y Cindy quien con amor, dedicación y alegría compartieron conmigo todos estos años de estudios.

Yereydis

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por ser el centro de nuestra existencia, por darnos la vida, salud, sabiduría y guiarnos cada día.

A la familia por su incondicionalidad y respaldo en momentos difíciles, pero sobre todo por su comprensión en los días de ausencia.

A nuestros compañeros por su entrega y apoyo mutuo en todo este tiempo de estudios.

A nuestra tutora Natalia Ortiz, su dedicación, paciencia y sobre todo sus conocimientos contribuyeron a alcanzar nuevas experiencias y llegar a este sueño anhelado.

A la Corporación Universitaria Remington por brindarnos una excelente formación profesional y permitirnos avanzar en este amplio camino del saber que hacen de nosotros mejores seres humanos para la sociedad.

Cindy Gaibao Hernandez
Yereydis Medina Canchila
Yolibeth Meza Vergara

Tabla de Contenidos

Resumen.....	5
Palabras clave.....	6
Pregunta orientadora de la búsqueda	7
Metodología de búsqueda de la información	10
Sustentación teórica de la pregunta.....	12
Conclusiones.	16
Referencias.....	18

Resumen

En la actualidad donde el comportamiento empresarial es cada vez mayor, la competencia aumenta y las tendencias cambian rápidamente, aspectos como la innovación y la creatividad toman un papel importante para el desarrollo y éxito del marketing digital. Para las organizaciones brindar a sus clientes soluciones efectivas que marquen la diferencia, han adoptado metodologías ágiles para gestionar proyectos de manera más eficiente donde se generen ambientes de trabajo agradables para su puesta en marcha.

La metodología scrum, es una de las más reconocidas, enfocada a la colaboración y entrega de resultados de forma continua y progresiva. Una característica de la metodología scrum es la organización en periodos breves conocidos como sprints, el cual permite a los grupos perfeccionar sus enfoques de manera constante, asegurando que las soluciones desarrolladas no sean solo efectivas, sino también innovadoras y alineadas con las necesidades del cliente.

Este enfoque iterativo es especialmente útil en el marketing digital, donde la habilidad de responder y acomodarse es esencial para las preferencias modernas. La metodología scrum fomenta un ambiente donde los equipos pueden experimentar, aprender de los resultados y ajustar sus estrategias, lo que impulsa tanto la creatividad como la innovación.

La metodología también promueve la colaboración entre equipos, lo que es clave para generar ideas frescas y soluciones originales. La diversidad de habilidades y perspectivas

dentro de un equipo scrum enriquece el proceso creativo, permitiendo que las campañas de marketing digital sean más impactantes y efectivas.

Un ejemplo concreto de cómo la metodología scrum puede transformar la creatividad e innovación en el marketing digital es el caso de la empresa Avalith, que implementó esta metodología para mejorar la colaboración y proceso de trabajo en sus proyectos. El resultado fue un ambiente de trabajo más dinámico y productivo, donde las ideas creativas florecieron y se tradujeron en soluciones innovadoras.

Por lo tanto, la metodología scrum facilita la organización, comunicación y ejecución de proyectos de marketing digital, adicionalmente es una herramienta poderosa para estimular la creatividad, innovación y trabajo en equipo, elementos esenciales en un mercado en constante evolución.

Palabras clave

(Metodología ágil, Metodología scrum, marketing digital, innovación, creatividad)

Pregunta orientadora de la búsqueda

En el mundo empresarial cada vez más competitivo, la importancia para los equipos de trabajo de innovar, desarrollar habilidades y estrategias creativas es esencial para el logro del marketing digital. Las organizaciones buscan constantemente diversas maneras de conectar con su audiencia, diferenciarse de la competencia y adaptarse a las rápidas transformaciones del mercado. En relación a esto, las metodologías ágiles han ganado popularidad debido a su potencial para aumentar la productividad y lograr resultados en la administración de tareas.

Como lo definen Ñuño y Fragosó (2014) “a diferencia de una metodología de desarrollo tradicional, ágil construye software de forma iterativa, es decir el equipo de proyecto planea actividades y las ejecuta en un periodo corto de tiempo, con el objetivo de construir entregar valor al negocio en el menor tiempo posible”. La aplicación de estas metodologías facilita la realización de las actividades del equipo de trabajo, con la finalidad de brindar al cliente un producto que cumpla con los requerimientos exigidos.

Durante la elaboración de una propuesta de marketing digital la metodología ágil que favorece el desempeño idóneo del equipo es la metodología scrum, la cual se define como:

“Un sistema de trabajo ágil que permite a las personas resolver problemas complejos y adaptativos mientras producen productos de manera eficiente y creativa, asegurando el máximo valor, que facilita la colaboración de los equipos para lograr un trabajo de gran impacto” (Martins, 2024). Siendo la colaboración un pilar fundamental cuando se trabaja en grupo.

Esta metodología aporta ideas que ayudan al equipo a enfocarse en el perfeccionamiento constante de proyectos complejos. Además, la metodología scrum se implementa en pequeños equipos multidisciplinarios, trabajando en ciclos iterativos de 2 a 4 semanas y se conoce como sprint, el cual es un periodo corto y repetitivo donde al finalizar cada uno da como resultado un aumento de beneficios al producto, enfocados siempre en las especificaciones del cliente.

Según Navarro, Fernández y Morales (2013) “el término scrum no se corresponde con una serie de siglas, sino que es un concepto propio del rugby, relacionado con la formación requerida para la recuperación rápida del juego ante una infracción menor”, por lo tanto, si lo relacionamos en el campo de gestión de proyectos de marketing la metodología scrum facilita obtener un producto mínimo viable que cumpla con las exigencias del mercado, estableciendo roles, normas y herramientas necesarias que proporcionen la estructura esencial para su adecuada implementación.

En relación de la metodología scrum con el marketing digital es fundamental conocer que este último es un “proceso mediante el cual las compañías atraen a los clientes, establecen relaciones sólidas con ellos y crean valor para los consumidores con la finalidad de obtener, a cambio, valor de éstos” (Kotler y Armstrong, 2017, p. 5). Adicionalmente, Solé y Campo (2020) afirman que “ser digital es más que ser una empresa en internet. Es aprovechar los medios digitales. El marketing digital hace referencia a la promoción de productos o marcas a través de una o más formas de medios digitales y electrónicos” por lo cual al emplear la metodología scrum en este campo permitirá adoptar principios ágiles que conlleven a mejorar la eficiencia, colaboración,

adaptabilidad y la habilidad de reaccionar ante los cambios en las campañas de marketing digital.

Sin embargo, más allá de su uso en la gestión de tiempos y recursos, surge la pregunta **¿De qué manera la metodología scrum puede fomentar la creatividad y la innovación en el desarrollo de una campaña de marketing digital?** El propósito es ofrecer una base firme para comprender cómo la metodología scrum puede convertirse en una herramienta eficaz, no solo para estructurar el trabajo, sino también para estimular la creación de ideas únicas y la aplicación de soluciones creativas en el entorno del marketing digital.

Metodología de búsqueda de la información

Para obtener la información, se empleó la estrategia de seleccionar palabras o frases claves como: metodología scrum, marketing digital, innovación y creatividad.

La búsqueda se llevó a cabo utilizando herramientas como Google Académico, la base de datos de la Corporación universitaria Remington, además de motores de búsqueda generales como Google y Bing.

En Google Académico se ingresó la ecuación de búsqueda mediante la frase “metodologías ágiles” suministrando aproximadamente 49.700 resultados, no obstante, se seleccionaron tres artículos que brindan información valiosa sobre la implementación de metodologías ágiles. Estos artículos son: “Revisión de metodologías ágiles para el desarrollo de software”, “Adopción de metodologías ágiles de desarrollo” y “Metodología scrum como generadora y transmisora de conocimiento”.

En el mismo buscador, también se realizó la consulta con la frase “marketing digital y metodologías ágiles”, donde nos arrojó 18.100 resultados de información de los cuales se seleccionó como referencia relevante a nuestro tema el enlace de un libro llamado “Marketing digital y dirección e-commerce: integración de las estrategias digitales” de la editorial Alpha, para abordar tema en referencia al marketing digital.

En el navegador Google Chrome se consultó bajo las palabras claves metodología scrum, escogiendo el sitio web asana con el artículo “scrum: conceptos clave y cómo se aplica en la gestión de proyectos” proporcionando conceptos importantes para entender la metodología.

En la biblioteca de la Uniremington, se ingresa a la base de datos para la facultad de ciencias empresariales, específicamente en biblioteca virtual Pearson, realizando búsqueda mediante la palabra marketing digital, mostrando 15 resultados de una serie de libros relacionados al tema, se escoge el libro “Fundamentos de marketing” de los autores Philip Kotler y Gary Armstrong, que nos permite profundizar en las tendencias y factores que afectan al marketing digital.

Sustentación teórica de la pregunta

El mundo digital va en un acelerado crecimiento, donde cada día se torna más dinámico y a la vez complejo, tanto que para sobresalir las organizaciones han requerido de metodologías ágiles que permitan a los grupos de marketing aprovechar nuevas oportunidades. En este sentido, la metodología scrum se posiciona como un marco ideal para incentivar la imaginación en el proceso creativo.

Fundamentos de la metodología Scrum en la Creatividad e Innovación

La metodología scrum, “se centra en la entrega incremental y continua de valor a través de sprints cortos y bien definidos”. (Schwaber y Sutherland 2017). Este enfoque no solo optimiza la eficiencia en la gestión de proyectos, sino que también brinda un ambiente de experimentación y generación de ideas novedosas. La naturaleza iterativa de la metodología scrum permite a los equipos probar, refinar y mejorar sus ideas continuamente, lo cual es esencial para fomentar la creatividad.

La teoría de la creatividad organizacional de Amabile (1996) también respalda esta perspectiva al destacar “la importancia de un entorno que ofrezca autonomía, recursos y tiempo suficiente para que los equipos exploren y desarrollen nuevas ideas”. La metodología scrum, al poner en práctica un ambiente de empoderamiento y auto organización, facilita que los miembros del equipo participen activamente en la generación de ideas innovadoras, lo que es crucial en el marketing digital, donde las tendencias y tecnologías cambian rápidamente.

Es relevante mencionar que un principio clave de la metodología scrum, es la formación de equipos multifuncionales y colaborativos. La diversidad de habilidades y

perspectivas dentro de estos equipos es un factor clave para la innovación. Como señala West (2002), “la colaboración entre individuos con diferentes conocimientos y experiencias tiende a generar soluciones más creativas, ya que cada miembro aporta un enfoque único al problema”.

En el ámbito del marketing digital, esta diversidad es particularmente valiosa. Un equipo scrum puede incluir diseñadores web, estrategias de contenido, gestores de redes sociales, entre otros, cada uno contribuye con su conocimiento específico para crear campañas más innovadoras. La sinergia resultante no solo aumenta la calidad de las ideas, sino que también acelera su implementación en función de las respuestas del mercado.

La capacidad de adaptación y flexibilidad es otra característica central de la metodología scrum que impulsa la innovación. De acuerdo con la teoría del aprendizaje organizacional de Argyris y Schön (1978), “la capacidad de una organización para adaptarse y aprender rápidamente de sus experiencias es crucial para su éxito a largo plazo”. En un entorno de marketing digital, donde las campañas deben ser ajustadas continuamente para reflejar cambios en las preferencias del consumidor, la metodología scrum permite repetir ideas y adecuar las estrategias en tiempo real.

Además, el enfoque de la metodología scrum en la retroalimentación constante y la mejora continua propicia espacios de aprendizaje en los grupos de trabajo. Cada sprint incluye revisiones y retrospectivas que permiten a los equipos identificar qué funcionó y qué no, con la finalidad de utilizar esta información para mejorar continuamente sus enfoques creativos.

La metodología scrum se enfoca en entregar de manera gradual, lo que permite que en cada sprint se presente un progreso del producto que puede revisarse y adaptarse según las necesidades del cliente o del mercado. Esta característica promueve la experimentación, ya que los equipos pueden probar nuevas ideas en pequeños avances y recibir retroalimentación rápidamente. La teoría de la innovación disruptiva de Christensen (1997) “destaca la importancia de esta experimentación para el desarrollo de soluciones innovadoras que puedan transformar el mercado”.

Al llevar a cabo una campaña de marketing digital, tener la libertad de probar ideas a pequeña escala permite a los equipos explorar diferentes enfoques creativos, medir su impacto y modificar las estrategias basándose en los resultados que se obtienen. Además de hacer que las campañas sean más efectivas, promueve un entorno en el que la innovación se mantiene siempre activa y en constante cambio.

Un caso que ejemplifica cómo la metodología scrum fomenta la innovación y creatividad en el desarrollo de una campaña de marketing digital, es el de la empresa Avalith expuesto en el trabajo “Metodología scrum como generadora y transmisora de conocimiento” de los autores Casanova, Lara; Rech, Jerónimo; Wiersba, Federico (2016),

“Avalith, una compañía de desarrollo de software con sede en Mar del Plata, Argentina. Compite en el mercado global de la informática, satisfaciendo necesidades de diferentes tipos como creación de sitios web, desarrollo de aplicaciones para celulares y distintos asesoramientos informáticos. Dentro de sus procesos, la empresa trabaja con metodologías ágiles para desarrollar sus proyectos”.

En este estudio los autores analizaron cómo se aplica la metodología scrum en la empresa y la conexión con el proceso continuo de innovar. Después de realizar entrevistas y documentar la información de los procesos logran observar que al aplicar la metodología scrum en su grupo de trabajo la empresa tuvo un crecimiento notable, consolidándose en el mercado como una organización comprometida con sus colaboradores, donde estos adquieren nuevos conocimientos, desarrollan habilidades que les permite una comunicación efectiva y un trabajo en equipo idóneo. De esta manera logran un ambiente laboral agradable, en el que se aporten ideas creativas y originales que satisfagan las necesidades del cliente.

“Podemos decir que Avalith, a partir de la metodología scrum, logra una relación fluida con aquellos clientes que contratan sus servicios alcanzando resultados innovadores a partir de la retroalimentación permanente que obtiene de ellos.” (Casanova, L., Rech, J., & Wiersba, F. 2016).

De acuerdo con lo anterior podemos decir que la metodología scrum impulsa al trabajo colaborativo, la innovación y creatividad en un equipo de trabajo de una campaña de marketing digital, debido a que les permite tener confianza en sí mismo, expresar libremente sus ideas y sentirse a gusto por lo que hacen.

Conclusiones.

La metodología Scrum, con su enfoque en encuentros cortos y entregas incrementales, crea un entorno donde la investigación es continua. Esta característica permite a los equipos probar nuevas ideas y mejorarlas a lo largo del tiempo. Un espacio que promueva la autonomía y la exploración es esencial para la generación de ideas innovadoras, lo que es vital en un campo tan dinámico como el marketing digital.

Promueve la formación de equipos multifuncionales y colaborativos, donde la diversidad de habilidades y perspectivas se convierte en un motivo de innovación. La combinación de conocimientos en un equipo scrum, potencia la creatividad y permite soluciones innovadoras. Esta cooperación además de optimizar la excelencia de las campañas posibilita una respuesta ágil a las demandas del mercado.

La capacidad de la metodología scrum para adaptarse rápidamente y aprender de cada sprint es esencial en el marketing digital, donde los gustos del consumidor cambian rápidamente. Su énfasis de retroalimentación constante crea una cultura de aprendizaje que impulsa la innovación en cada etapa de la campaña.

El enfoque progresivo de la metodología scrum, permite la entrega continua de valor en pequeñas iteraciones, fomentando la experimentación controlada la cual es fundamental en el marketing digital, donde los equipos pueden probar diferentes opciones creativas y adaptar las estrategias necesarias.

Por medio de la retroalimentación constante y un entorno de trabajo colaborativo, no solo se consigue atender los requerimientos de la demanda, sino también fortalecerse en el mercado, gracias a la capacidad para generar ideas creativas y originales. La

metodología scrum puede transformar los resultados de una campaña, y también la dinámica interna de los equipos, creando un ambiente propicio para la innovación continua.

Referencias

- Nuño, C., Fragoso, H. (2014). *Adopción de metodologías ágiles de desarrollo*. En M. Ramos, P. Solares, E. Romero (eds.), *Gobierno de tecnología de información, Tópicos Selectos de Ingeniería* (pp. 1-8). Sucre, Bolivia: ECORFAN-Bolivia.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.
<https://www.ebooks7-24.com:443/?il=4393>
- Solé, M y Campo, J. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce: integración de las estrategias digitales*. Alpha.
- Schwaber, K., & Sutherland, J. (2017). *The Scrum Guide: The Definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game*. Scrum.org. <https://www.scrumguides.org/>
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Westview Press.
- West, M. A. (2002). *Sparkling fountains or stagnant ponds: An integrative model of creativity and innovation implementation in work groups*. *Applied Psychology: An International Review*, 51(3), 355-387. <https://doi.org/10.1111/1464-0597.00951>
- Argyris, C., & Schön, D. A. (1978). *Organizational learning: A theory of action perspective*. Addison-Wesley.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press.
- Casanova, L., Rech, J., & Wiersba, F. (2016). *Metodología scrum como generadora y transmisora de conocimiento*. Edu.ar. <https://otec.fi.mdp.edu.ar/wp-content/uploads/2019/08/Metodolog%C3%ADa-SCRUM-como-generadora-y-transmisora-de-conocimiento.pdf>

Navarro, A., & Fernández, J., & Morales, J. (2013). Revisión de metodologías ágiles para el desarrollo del software. *Prospectiva*, 11 (2), 30 – 39.

Martins, J. (15 de febrero de 2024). Asana. Obtenido de Scrum: conceptos clave y cómo se aplica en la gestión de proyectos: <https://asana.com/es/resources/what-is-scrum>.