

**Influencia del espíritu emprendedor para los empresarios de calzado del sector de Restrepo
de Bogotá - Colombia**

Juan Sebastian Ardila Fernandez

Asesor

Jose Ever Castellanos Narciso

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo

2024

Resumen

Antes de iniciar esta investigación es importante dar un contexto frente a lo que se va a abordar. Por esta razón, el principal objetivo de la investigación estará relacionado analizar cómo influye la creatividad e innovación en los emprendimientos de los empresarios de calzado del barrio de Restrepo de Bogotá – Colombia. En una primera instancia es importante conocer el concepto de emprendimiento, en el cual se relaciona a la capacidad de todo individuo de aprovechar oportunidades en un contexto específico por medio de la innovación, creatividad y la capacidad de asumir riesgos gestionando los recursos necesarios para establecer y desarrollar proyectos y negocios con un valor agregado.

De acuerdo a lo anterior, se puede interpretar, que el emprendimiento es la capacidad de identificar una oportunidad y transformarla en una idea de negocio rentable para el individuo que gestiona cada uno de los recursos. Por otra parte, se define el emprendimiento como un fenómeno multifacético que involucra a un individuo en la creación de nuevos negocios innovadores que desarrollan un modelo de negocio rentable. A manera general podemos articular el emprendimiento a la investigación, como un fenómeno multifacético transformado en un modelo de negocio rentable bajo unos recursos específicos, en los cuales la idea de negocio debe ser creativa, innovadora y debe evaluar una alta capacidad de asumir riesgos respecto a la competencia de mercado.

En ese orden de ideas, el espíritu emprendedor es una mentalidad y conjunto de cualidades que impulsan a las personas a buscar oportunidades, tomar riesgos y crear algo nuevo. Se caracteriza por la capacidad de identificar problemas o necesidades en el mercado y encontrar soluciones innovadoras para abordarlos. Los emprendedores son individuos visionarios y

proactivos que están dispuestos a asumir desafíos y enfrentar la incertidumbre con determinación.

Palabras clave: Espíritu emprendedor; Innovación de Gestión; Creatividad empresarial; Emprendimiento

Abstract

Before starting this research, it is important to give a context of what is going to be addressed. For this reason, the main objective of the research will be related to analyze how creativity and innovation influence the entrepreneurship of footwear entrepreneurs in the Restrepo neighborhood of Bogota - Colombia. In the first instance, it is important to know the concept of entrepreneurship, which is related to the ability of every individual to seize opportunities in a specific context through innovation, creativity and the ability to take risks by managing the necessary resources to establish and develop projects and businesses with added value.

According to the above, it can be interpreted that entrepreneurship is the ability to identify an opportunity and transform it into a profitable business idea for the individual who manages each of the resources. On the other hand, entrepreneurship is defined as a multifaceted phenomenon that involves an individual in the creation of new innovative businesses that develop a profitable business model. In general terms, we can articulate entrepreneurship to research as a multifaceted phenomenon transformed into a profitable business model under specific resources, in which the business idea must be creative, innovative and must evaluate a high capacity to assume risks with respect to market competition.

In that order of ideas, entrepreneurship is a mentality and set of qualities that drive people to seek opportunities, take risks and create something new. It is characterized by the ability to identify problems or needs in the marketplace and find innovative solutions to address them. Entrepreneurs are visionary and proactive individuals who are willing to take on challenges and face uncertainty with determination

Keywords: Entrepreneurial spirit; Management innovation; Business creativity;
Entrepreneurship

Tabla de Contenido

Introducción	11
Justificación	14
Objetivos.....	16
Objetivo General.....	16
Objetivos Específicos.....	16
Marco Teórico.....	17
El Espíritu Emprendedor en el Mundo	17
El Espíritu Emprendedor en Asia	18
El Espíritu Emprendedor en África.....	19
El Espíritu Emprendedor en Europa	20
El Espíritu Emprendedor en Latinoamérica.....	21
El Espíritu Emprendedor en América Latina.....	22
El Espíritu Emprendedor en Colombia.....	26
Que es la Creatividad	27
Importancia de la Creatividad.....	30
Tipos de Creatividad	31
La Creatividad de Lluvia de Ideas	32
La Creatividad de los Seis Sombreros para Pensar.....	33
La Creatividad Empresarial	34
Que es la Innovación.....	35
Importancia de la Innovación.....	38
Tipos de Innovación.....	39

Innovación de Producto	39
Innovación de Procesos.....	40
Innovación de Gestión	41
Innovación Radical	42
Innovación Incremental	43
Innovación Comercial.....	44
Nivel de Maduración de la Innovación.....	45
El Espíritu Emprendedor para las Empresas de Calzado del Sector de Restrepo de Bogotá	46
Colombia, en cuanto a su Innovación, Creatividad	46
Marco Conceptual.....	48
Espíritu Emprendedor	48
Innovación Empresarial	48
Liderazgo Empresarial	48
Gestión Empresarial.....	48
Creatividad Empresarial.....	49
Marco Histórico y Geográfico	50
Marco Metodológico.....	53
Tipo de Investigación.....	53
Universo de la investigación.....	53
Descripción General	53
Delimitación Geográfica.....	53
Delimitación Temporal	53
Características del Universo	53

Población Objetivo	53
Criterios de Inclusión y Exclusión.....	54
Justificación de la Selección del Universo	54
Relevancia.....	54
Representatividad.....	54
Métodos de Muestreo.....	54
Tamaño de la Muestra.....	54
Técnica de Muestreo	54
Limitaciones y Alcances	55
Posibles Sesgos	55
Alcance de los Resultados	55
Instrumento de Investigación	55
Resultados	63
Análisis de Resultados	79
Conclusiones	81
Recomendaciones	83
Referencias Bibliográficas	86

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Su edad se Encuentra Entre</i>	63
Figura 2 <i>Genero</i>	64
Figura 3 <i>Nivel de Educación</i>	64
Figura 4 <i>Tiene Experiencia Laboral en la Industria del Calzado</i>	65
Figura 5 <i>En relación a los principales desafíos que enfrenta como empresario de calzado en el sector de Restrepo, Bogotá</i>	66
Figura 6 <i>Respecto a los Ejemplos más Comunes en los cuales usted como Empresario toma Decisiones Creativas en la Industria de Calzado</i>	67
Figura 7 <i>De acuerdo a los factores determinantes que motivan a cumplir y lograr metas como emprendedor de calzado, busca por medio de la creatividad soluciones efectivas para alcanzarlas</i>	68
Figura 8 <i>Como cree usted que influye la innovación para la producción de la industria del calzado del sector del Restrepo, Bogotá para sus clientes</i>	70
Figura 9 <i>Como cree usted que influye la creatividad para la producción de la industria del calzado del sector de Restrepo Bogotá</i>	71
Figura 10 <i>Cuáles son las estrategias que usted como emprendedor fomenta la innovación en su empresa de calzado</i>	72
Figura 11 <i>Como se adapta usted como empresario de la industria del calzado a los cambios de preferencias de los consumidores</i>	73
Figura 12 <i>Que papel cree usted como empresario que desempeñan las tendencias de moda en la toma de decisiones creativas en la industria del calzado</i>	75

Figura 13 *Conoce usted como empresario que exista algún apoyo gubernamental o institucional que ayude a fomentar el espíritu emprendedor 76*

Figura 14 *Cuáles son los principales obstáculos regulatorios que como empresario le impiden innovar en la industria del sector de calzado 77*

Introducción

Analizar el espíritu emprendedor entre los empresarios es de vital importancia debido a su impacto en el éxito y la sostenibilidad de los negocios. El espíritu emprendedor implica una mentalidad y un conjunto de características que impulsan la innovación y la creatividad. Al analizar el espíritu emprendedor, se puede identificar a aquellos empresarios con una pasión genuina por su proyecto, lo cual es fundamental para superar los desafíos y mantenerse motivados a lo largo del camino. Al analizar el espíritu emprendedor se puede identificar a los líderes efectivos, estos empresarios que no solo tienen habilidades de liderazgo sólidas, sino que también son capaces de inspirar y motivar a su equipo, establecer una visión clara y tomar decisiones estratégicas. Asimismo, la evaluación permite identificar la resiliencia de los empresarios, su capacidad para enfrentar y recuperarse rápidamente de los fracasos y contratiempos.

La motivación en la investigación es un tema relevante debido a que en la actualidad, el emprendimiento se ha convertido en una idea que muchas personas tienen presente. Por esta razón, resulta fundamental comprender y analizar el espíritu emprendedor entre los empresarios de calzado del barrio Restrepo de Bogotá – Colombia, con el fin de identificar sus capacidades para asumir riesgos, su inclinación hacia la innovación, su creatividad y la pasión que los distingue en sus proyectos empresariales. Hoy en día existen casos recientes de éxito en la industria del calzado colombiana, en la cual empresas como; Calzado Bucaramanga y Velez con más de 50 años aproximadamente de trayectoria, se han podido consolidar en un mercado altamente competitivo gracias a sus fundadores que de una u otra, manera comparten políticas de un espíritu emprendedor, con un enfoque innovador, creativo incorporando técnicas y tecnologías de fabricación de una alta calidad en sus productos logrando una exitosa

combinación entre sus diseños combinando lo tradicional y lo moderno lo que hace sus productos atractivos para sus consumidores.

De acuerdo a lo anterior, esta investigación buscara responder la siguiente pregunta: ¿Cuál es la influencia del espíritu emprendedor en los empresarios de calzado del sector de Restrepo de Bogotá - Colombia en cuanto a su innovación y creatividad en sus productos? Por esta razón, será importante comprender y analizar el contexto del espíritu emprendedor entre los empresarios de calzado, con la intención de conocer y explorar la determinación para explotar su creatividad, innovación como motor clave para el crecimiento empresarial, buscando generar oportunidades en un mercado altamente competitivo e influyente.

Según Barringer, B. R., & Ireland, R. D (2019) el espíritu emprendedor es una mentalidad relacionada al conjunto de comportamientos de los individuos que los impulsan a crear y buscar oportunidades innovadoras, tomar decisiones autónomas, asumir riesgos y ser responsables de los resultados a lo largo de todo el proceso. Por esta razón, será importante conocer el contexto actual de los empresarios de calzado del sector de Restrepo, Bogotá D.C– Colombia, en razón de conocer su influencia en relación al espíritu emprendedor para generar conocimiento académico valioso tanto para los educadores como estudiantes interesados en conocer a profundidad. Por otra parte, cabe resaltar que los hallazgos en la investigación pueden fomentar la creación de nuevos programas de educación empresarial, con el fin de fortalecer habilidades en la innovación, creatividad y evaluación de gestión de riesgos en un ecosistema emprendedor más sólido en la región.

Por otra parte, es importante mencionar que el estudio de la influencia del espíritu emprendedor en los empresarios de calzado busca responder al objetivo principal de la investigación el cual es analizar la influencia del espíritu emprendedor de los empresarios de

calzado del sector de Restrepo de Bogotá – Colombia, en cuanto a su innovación, creatividad en sus productos. Por otra parte, en cuanto sus objetivos específicos, busca analizar como los empresarios afrontan las situaciones en las cuales deben tomar decisiones, identificar los enfoques utilizados por los empresarios para explorar y aplicar su creatividad e innovación en sus proyectos empresariales y determinar los factores claves en la pasión emprendedora que desarrollan los empresarios en su éxito y sostenibilidad de los proyectos empresariales. En este orden de ideas, el éxito y los logros de los empresarios pueden inspirar a otros a perseguir sus propias ideas y proyectos empresariales. Esto puede estimular un ambiente de innovación, creatividad y disposición para asumir riesgos en la comunidad, generando un efecto positivo en la mentalidad emprendedora y en la capacidad de la sociedad para enfrentar los desafíos económicos y sociales.

Justificación

Según Barringer, B. R., & Ireland, R. D (2019) el espíritu emprendedor es una mentalidad relacionada al conjunto de comportamientos de los individuos que los impulsan a crear y buscar oportunidades innovadoras, tomar decisiones autónomas, asumir riesgos y ser responsables de los resultados a lo largo de todo el proceso. Por esta razón, será importante conocer el contexto actual de los empresarios de calzado del sector de Restrepo, Bogotá D.C– Colombia, en razón de conocer su influencia en relación al espíritu emprendedor para generar conocimiento académico valioso tanto para los educadores como estudiantes interesados en conocer a fondo. Por otra parte, cabe resaltar que los hallazgos en la investigación pueden fomentar la creación de nuevos programas de educación empresarial, con el fin de fortalecer habilidades en la innovación, creatividad y evaluación de gestión de riesgos en un ecosistema emprendedor más sólido en la región.

El espíritu emprendedor puede impulsar la creación y el crecimiento de empresas en el sector del calzado. Al analizar su influencia en los empresarios de Restrepo, se pueden obtener conocimientos y buenas prácticas que fomenten la creación de empleo en la comunidad. El surgimiento de nuevas empresas y la expansión de las existentes pueden generar oportunidades laborales para la población local, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico del sector. Por otra parte, es importante mencionar que el estudio de la influencia del espíritu emprendedor en los empresarios de calzado en el sector del Restrepo de Bogotá – Colombia puede generar conocimientos y experiencias valiosas que se pueden compartir y difundir en la comunidad empresarial y emprendedora. Estos conocimientos pueden beneficiar a otros empresarios y emprendedores, ya sea inspirándolos a iniciar sus propios negocios, proporcionando ideas y enfoques innovadores, o brindando orientación y asesoramiento práctico para el éxito

empresarial. En este orden de ideas, el éxito y los logros de los empresarios pueden inspirar a otros a perseguir sus propias ideas y proyectos empresariales. Esto puede estimular un ambiente de innovación, creatividad y disposición para asumir riesgos en la comunidad, generando un efecto positivo en la mentalidad emprendedora y en la capacidad de la sociedad para enfrentar los desafíos económicos y sociales.

El espíritu emprendedor es un motor clave para el desarrollo y el crecimiento de nuevas empresas. Al analizar su influencia en los empresarios de calzado en Restrepo, se puede fomentar la actividad empresarial en el sector. El surgimiento de nuevas empresas y el fortalecimiento de las existentes pueden generar un impacto económico positivo, creando empleo, generando ingresos y contribuyendo.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la influencia del espíritu emprendedor para los empresarios de calzado del sector de Restrepo de Bogotá – Colombia, en cuanto a su innovación, creatividad en sus productos

Objetivos Específicos

Analizar como los empresarios afrontan las situaciones en las cuales deben tomar decisiones

Identificar los enfoques utilizados por los empresarios para explorar y aplicar su creatividad e innovación en sus proyectos empresariales.

Determinar los factores claves y determinantes en la pasión emprendedora que desarrollan los empresarios en su éxito y sostenibilidad de los proyectos empresariales

Marco Teórico

El Espíritu Emprendedor en el Mundo

El espíritu emprendedor ha existido a lo largo de la historia y se ha manifestado en diferentes culturas y contextos. Sin embargo, el término y el enfoque moderno del espíritu emprendedor surgieron principalmente en el siglo XX. Durante ese período, se produjeron importantes avances tecnológicos e industriales que crearon nuevas oportunidades para la innovación y la creación de empresas. Además, los cambios socioeconómicos, como la globalización y la liberalización de los mercados, también influyeron en el surgimiento del espíritu emprendedor.

El término espíritu emprendedor comenzó a ganar relevancia en la literatura académica y empresarial a partir de la década de 1970. Diversos teóricos y académicos, como Peter Drucker, Howard Stevenson y entre otros, contribuyeron al desarrollo de la teoría y la comprensión del espíritu emprendedor. Además, la difusión de historias de éxito de emprendedores destacados, como Steve Jobs, Bill Gates y Richard Branson, contribuyó a popularizar y estimular el interés en el espíritu emprendedor en todo el mundo.

Drucker (1985) define el espíritu emprendedor como la capacidad de identificar oportunidades, movilizar recursos y crear valor. Drucker hace énfasis en la importancia de la innovación y la adaptabilidad como características fundamentales del espíritu emprendedor en un entorno empresarial dinámico y competitivo. Por otra parte, Stevenson (1983) apoya a Drucker en la definición del espíritu emprendedor como la búsqueda de oportunidades que van más allá de los recursos controlados por un monopolio socioeconómico. Según lo anterior, la primera definición de la historia del concepto del espíritu emprendedor se entiende como toda capacidad

que desarrollan los individuos, por medio de habilidades creativas e innovadoras capaces para asumir riesgos en articular y gestionar ideas de negocio con un valor agregado.

El Espíritu Emprendedor en Asia

La apertura de mercados, la inversión extranjera y el avance en sectores como la tecnología y la innovación también han contribuido a consolidar a Asia como una fuerza motriz en la economía mundial. Además, la cooperación regional a través de organizaciones como la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) ha fortalecido los lazos comerciales y económicos entre los países asiáticos.

El espíritu emprendedor en Asia ha sido objeto de estudio e interés por parte de diversos académicos, investigadores y expertos en emprendimiento. Algunos académicos que han investigado el emprendimiento y el espíritu emprendedor en Asia incluyen a Joseph Schumpeter Wong Poh Kam, y Tan Jee Peng, entre otros. Estos investigadores han analizado diversos aspectos relacionados con el emprendimiento en la región, como las políticas gubernamentales, el entorno empresarial, la innovación y la cultura empresarial.

Schumpeter (1942) define el espíritu emprendedor en el contexto asiático como un proceso de destrucción creativa, en el cual los emprendedores buscan ideas innovadoras que cambien la metodología de crear negocios tradicionales y lo transformen en modelos de negocio industriales que transformen la economía de la región. Así mismo Wong (2007) define el espíritu emprendedor en un contexto asiático como la habilidad de un individuo para identificar una oportunidad, asumir riesgos y desarrollar ideas innovadoras con un valor agregado generando un valor económico y social en el continente.

En ese orden de ideas, es importante reconocer que la tecnología y la inversión en innovación han sido fundamentales para el desarrollo del emprendimiento en Asia. Países como

China, Corea del Sur y Japón se han destacado por su enfoque en la investigación y desarrollo, lo que ha dado lugar a la creación de nuevas empresas tecnológicas y la expansión de ecosistemas empresariales prósperos. Tan (2010) recalca el valor cultural y simbólico de Asia, en relación a las diferentes rutas comerciales y centros mercantiles que de una u otra manera han venido fomentando a los individuos en la manera de aprender y adquirir conocimiento sobre las diferentes ideas de negocio, con el fin de generar un valor económico en el continente asiático.

El Espíritu Emprendedor en África

África es un continente diverso con una rica variedad de culturas y tradiciones comerciales. A lo largo de los siglos, las comunidades africanas han participado en actividades comerciales y artesanales, fomentando un ambiente propicio para el espíritu emprendedor. Piedras (2017) destaca la importancia del espíritu emprendedor en el continente africano como el motor para la generación de empleo y la reducción de la pobreza en la región. Un ejemplo cercano, es el intercambio comercial que ha sido parte integral en la vida de la mayor parte de la población africana, generando habilidades comerciales y una mentalidad emprendedora entre las poblaciones locales.

En los últimos años ha ido aumentando el apoyo gubernamental en el continente africano por medio de programas y políticas que apoyan a emprendedores locales brindando financiamiento, capacitación y asesoramiento empresarial. Ncube (2019) menciona que estos esfuerzos han ayudado a fomentar un espíritu emprendedor no solamente en los individuos, sino también en los lugares en los cuales conviven, desarrollando políticas y modelos de negocios rentables para la región.

El emprendimiento surgió en el continente africano, como una respuesta a las principales problemáticas locales, desde la falta de acceso a servicios básicos hasta la creación de empleo en

comunidades marginadas. Abubakar (2018) menciona que dichos problemas anteriormente mencionados, son barreras que se convierten en oportunidades para emprender en diferentes nichos de mercado, que hoy en día por medio del acceso a Internet y la expansión de las redes de comunicación, han abierto nuevas oportunidades para el comercio electrónico y la colaboración internacional. Además, la tecnología ha facilitado la creación de nuevas empresas basadas en soluciones digitales que pueden mejorar la vida de todo individuo que busca emprender en el continente africano.

El Espíritu Emprendedor en Europa

El espíritu emprendedor en Europa ha sido moldeado por una serie de factores históricos, culturales, sociales y económicos a lo largo de los siglos. Desde la Edad Media hasta la actualidad, el continente europeo ha sido testigo de un dinamismo emprendedor que ha contribuido significativamente al desarrollo económico y social. Después de la revolución industrial en Europa marco un antes y un después, el crecimiento de las fábricas y la mejora de los sistemas de transporte hicieron optimizar exponencialmente las comunicaciones y las posibilidades comerciales. Weber (2005) relaciono el protestantismo y el espíritu emprendedor articulando las creencias y valores religiosos con una mentalidad emprendedora que busca el éxito económico como señal de predestinación divina contribuyendo al crecimiento del capitalismo.

Como consecuencia de la revolución industrial en Europa el emprendimiento se convirtió en todo un movimiento social que buscaba fomentar un crecimiento económico y de transformación social rompiendo con todo tipo de estereotipos de comercio tradicionales. McClelland (1961) El espíritu emprendedor en Europa surgió como una necesidad psicológica de buscar oportunidades y transformarlas en un modelo de negocio rentable, impulsando a los

individuos asumir riesgos y buscar desafíos en la consecución de metas tanto individuales como colectivas.

Según Schumpeter (1934) los emprendedores son agentes que introducen nuevas combinaciones de recursos y tecnologías, revolucionando así los mercados existentes y generando desarrollo económico a largo plazo. Por esta razón, podemos interpretar que los empresarios que surgieron en esa época se destacaron por su visión innovadora y su disposición para buscar una oportunidad e idea de negocio, mitigando todo riesgo o desafío para generar un negocio rentable. De acuerdo a lo anterior, el espíritu emprendedor en Europa es prometedor siempre y cuando se mantenga a la vanguardia de las últimas tendencias de mercado manteniendo un modelo económico sostenible y social.

El Espíritu Emprendedor en Latinoamérica

En un contexto latinoamericano el espíritu emprendedor ha sido marcado por su historia de colonización, independencia y desarrollo económico. Durante el período colonial, la región experimentó un modelo económico basado en la explotación de recursos naturales por parte de las potencias coloniales, lo que limitaba las oportunidades de emprendimiento local. Gartner (1990) define emprendimiento como un fenómeno multidimensional que abarca aspectos tanto individuales como colectivos, para identificar una oportunidad y materializarla en un negocio con cierto valor agregado.

Sin embargo, con la independencia de los países latinoamericanos en el siglo XIX, surgieron nuevos horizontes para el espíritu emprendedor. A medida que Latinoamérica se industrializaba y se integraba en la economía mundial en el siglo XX, se crearon oportunidades para el desarrollo de emprendimientos en sectores como la agricultura, la minería, la manufactura y los servicios. En muchos países, se fomentó la inversión extranjera y se

establecieron políticas que apoyaban el desarrollo empresarial. Esto permitió el surgimiento de emprendedores locales que aprovecharon estas oportunidades y contribuyeron al crecimiento económico de la región.

Sin embargo, el espíritu emprendedor en Latinoamérica también se ha enfrentado a desafíos significativos. Factores como la burocracia, la falta de acceso a financiamiento, la inestabilidad política y la corrupción han obstaculizado el desarrollo de emprendimientos en la región. Estos obstáculos han dificultado la creación y consolidación de empresas, especialmente para emprendedores de menor tamaño y aquellos provenientes de sectores más vulnerables de la sociedad. Drucker (1985) define emprendedores como toda persona que busca una oportunidad y la explota convirtiéndola en una idea de negocio creativa, e innovadora y sostenible que responde a las principales necesidades del consumidor.

A pesar de estos desafíos, en las últimas décadas se ha observado un incremento en el espíritu emprendedor en Latinoamérica. La globalización, la digitalización y la creciente conectividad han abierto nuevas posibilidades para los emprendedores en la región. Además, se han implementado políticas y programas gubernamentales dirigidos a promover el emprendimiento y a facilitar el acceso a recursos financieros y de apoyo empresarial. Además, el espíritu emprendedor ha ido ganando terreno en la mentalidad colectiva latinoamericana. Cada vez más personas están valorando la iniciativa empresarial como una opción viable de carrera y están reconociendo la importancia del espíritu emprendedor para generar empleo, impulsar la innovación y contribuir al desarrollo económico y social de la región.

El Espíritu Emprendedor en América Latina

En América Latina, varios autores han contribuido a la comprensión y difusión del espíritu emprendedor en la región. Uno de ellos es Fernando Sepúlveda, autor chileno y experto

en emprendimiento. Sepúlveda destaca la importancia del espíritu emprendedor como motor de desarrollo económico y social en América Latina. En su obra "El emprendedor latinoamericano: ¿nace o se hace?" (2015), analiza las características y desafíos que enfrentan los emprendedores en la región, así como las oportunidades que pueden aprovechar para alcanzar el éxito.

Sepúlveda resalta la necesidad de fomentar una cultura emprendedora y de brindar apoyo a los emprendedores para impulsar el crecimiento económico sostenible en la región.

Otro autor destacado en el ámbito del espíritu emprendedor en América Latina es José Ernesto Amorós, profesor chileno experto en emprendimiento. Amorós ha investigado ampliamente sobre el emprendimiento en la región y ha contribuido a la creación de índices que miden el nivel de actividad emprendedora en diferentes países latinoamericanos. En su libro "Emprendimiento en América Latina: un estudio de caso" (2012), examina los factores que influyen en la actividad emprendedora en la región y propone estrategias para fomentar el espíritu emprendedor y promover el desarrollo económico.

Estos dos autores latinoamericanos, Fernando Sepúlveda y José Ernesto Amorós, han realizado importantes aportes al estudio y comprensión del espíritu emprendedor en América Latina. Sus obras brindan una visión enriquecedora sobre los desafíos y oportunidades que enfrentan los emprendedores en la región, así como estrategias para promover el desarrollo económico a través del emprendimiento.

Teniendo en cuenta los dos conceptos anteriormente mencionados, es importante empezar a perfilar el perfil del emprendedor con las características, habilidades y rasgos que distinguen a aquellos individuos que tienen la pasión y determinación para crear y desarrollar sus propios negocios. Estas cualidades combinadas conforman un conjunto único de atributos que

permiten a los emprendedores enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el mundo empresarial.

En el contexto latinoamericano, dos autores destacados han contribuido al estudio del perfil del emprendedor y han resaltado la importancia de la innovación, la creatividad y la capacidad para asumir riesgos en esta región. Uno de ellos es Daniel Isenberg, autor y profesor estadounidense con una amplia experiencia en el emprendimiento en América Latina. Su libro "Worthless, Impossible, and Stupid: How Contrarian Entrepreneurs Create and Capture Extraordinary Value" (2013) destaca la importancia de desafiar las normas establecidas y buscar oportunidades en contextos desfavorecidos. Por otra parte, el emprendedor chileno cofundador de empresas tecnológicas Julian Ugarte (2016) en su libro "Emprender para Transformar: Emprendimientos sociales y Tecnológicos en América Latina" perfila el perfil del emprendedor como un individuo que explora su creatividad por medio de ideas innovadoras en las cuales deben asumir y evaluar riesgos para generar un impacto positivo sobre el emprendimiento que desean desarrollar.

De acuerdo a los teóricos anteriormente mencionados, la innovación es una característica distintiva de los empresarios o individuos que desean emprender en diferentes proyectos. Cabe resaltar que estos individuos son capaces de desarrollar ideas originales con la intención de generar un impacto social a razón de un beneficio.

Schumpeter (1942) es conocido por su teoría de la destrucción creativa cuyo foco gira alrededor de la innovación como la capacidad de introducción de nuevos productos, procesos, métodos de producción y mercados o formas de organización empresarial que general cambios positivos y sustentables en la economía de una región. En ese orden de ideas, podemos

interpretar que la innovación es una variable importante para poder entender y perfilar un espíritu emprendedor en un contexto empresarial.

La creatividad es otra característica esencial para los emprendedores. Estos individuos tienen la capacidad de pensar de manera no convencional, buscar soluciones fuera de lo común y aprovechar al máximo los recursos disponibles.

La creatividad les permite abordar problemas complejos desde diferentes perspectivas, encontrar nuevas formas de resolverlos y desarrollar productos o servicios innovadores que satisfacen las necesidades del mercado. El psicólogo estadounidense Gardner (1993) en su teoría de las inteligencias múltiples, menciona la creatividad como una característica fundamental para los individuos que desean emprender o tener un espíritu emprendedor. Gardner relaciona la creatividad como la capacidad de pensar de una manera distinta con la intención de generar ideas originales y novedosas que puedan generar valor en un contexto empresarial. De acuerdo a lo anterior, podemos interpretar que la creatividad es una variable importante para entender y generar un espíritu emprendedor para los individuos que desean innovar en cualquier tipo de mercado por medio de bienes y servicios que generen un valor agregado a los consumidores.

La capacidad de asumir riesgos es una de las características que mayormente se destacan en los emprendedores, ya que están dispuestos a salir de una zona de confort y asumir desafíos que otros pueden considerar demasiado arriesgados. Ven los riesgos como oportunidades y están dispuestos a invertir tiempo, recursos y esfuerzo en sus proyectos, sabiendo que el éxito no está garantizado. La capacidad de tomar decisiones informadas y evaluar los riesgos les permite avanzar y superar los obstáculos con determinación.

Por otra parte, según los autores Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006) la capacidad para asumir riesgos implica la voluntad y competencia de los individuos para evaluar

y gestionar los riesgos asociados con la actividad emprendedora, incluyendo la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre y la disposición a aceptar las consecuencias positivas o negativas que puedan surgir. En ese orden de ideas podemos interpretar la capacidad de asumir riesgos como la elección de una decisión previamente evaluada en el cual las consecuencias podrían ser satisfactorias e insatisfactorias dependiendo el análisis que le dé el individuo en el contexto en el cual se encuentre.

De acuerdo a lo anterior, podemos concluir que los factores claves y determinantes en la pasión emprendedora que desarrollan los empresarios en su éxito y sostenibilidad de los proyectos empresariales son la innovación, creatividad y la capacidad para asumir riesgos, para afrontar diferentes situaciones en las cuales como emprendedores puedan llegar a solventar por medio de dichas habilidades que de una u otra manera son importantes para sobresalir en un emprendimiento tanto local como internacional

El Espíritu Emprendedor en Colombia

El espíritu emprendedor en Colombia ha experimentado un notable crecimiento en las últimas décadas. Históricamente, el país ha enfrentado desafíos en términos de violencia, desigualdad social y falta de oportunidades económicas. Sin embargo, a pesar de estos obstáculos, los emprendedores colombianos han demostrado resiliencia y han encontrado formas de superar las dificultades para generar valor y contribuir al desarrollo económico del país. En los años 90, Colombia atravesó una importante apertura económica y reformas estructurales que incentivaron el emprendimiento. La reducción de barreras comerciales, la liberalización financiera y la promoción de la inversión extranjera fueron aspectos clave en este proceso. Estas políticas contribuyeron a la creación de un entorno propicio para el surgimiento de nuevos

emprendimientos, especialmente en sectores como la tecnología, la industria creativa, el turismo y la agricultura.

En los últimos años, el gobierno colombiano ha implementado diversas iniciativas para fomentar el espíritu emprendedor. Programas como el Fondo Emprender, el cual brinda financiamiento y capacitación a emprendedores, y el establecimiento de parques tecnológicos y zonas francas, han sido instrumentos importantes para promover la creación de nuevas empresas y el desarrollo de ecosistemas emprendedores en todo el país.

El cambio cultural también ha jugado un papel fundamental en el surgimiento del espíritu emprendedor en Colombia. Cada vez más, se ha valorado y reconocido la labor de los emprendedores como impulsores del desarrollo económico y generadores de empleo. Además, el auge de la tecnología y la conectividad ha permitido que emprendedores colombianos tengan acceso a herramientas y recursos que facilitan la creación y el crecimiento de sus negocios.

No obstante, es importante destacar que persisten desafíos en el ecosistema emprendedor colombiano. El acceso a financiamiento, la falta de infraestructura adecuada, la burocracia y la corrupción aún representan obstáculos significativos para los emprendedores. Además, se requiere una mayor atención en el fortalecimiento de la educación emprendedora y el desarrollo de habilidades empresariales desde temprana edad.

Que es la Creatividad

La creatividad es un aspecto fundamental de la experiencia humana y no tiene un origen específico en el sentido de que no surgió en un momento concreto de la historia de la humanidad. Este concepto es un término que a menudo se utiliza de manera amplia y variada, y no existe una definición única que abarque todos sus aspectos. Sin embargo, Csikszentmihalyi (1996) la define como una habilidad y capacidad de generar ideas, conceptos, objetos o soluciones originales y

valiosas a través de un proceso mental. Esta capacidad se manifiesta de diversas formas y en diferentes contextos, desde la creación de una pintura o una composición musical hasta la resolución de problemas complejos en la ciencia, la ingeniería o los negocios. Así mismo, Guilford (1950) coincide en que la creatividad se refiere a toda capacidad para canalizar y materializar una idea o productos nuevos, originales desde el punto de la cultura y conocimiento del individuo.

De acuerdo a lo anterior, podemos interpretar que la creatividad está compuesta por unos factores particulares que involucran una motivación y pasión de carácter intrínseca, previo a la curiosidad que experimenta una persona frente a una experiencia vivida. Cabe resaltar, que la creatividad también se ve influenciada por el macroentorno en el cual se desarrolla la persona dentro de la sociedad.

A lo largo de los años surgieron algunas teorías que ayudaron a estudiar y entender el concepto de la creatividad, Wallas (1926) propuso la teoría del proceso de la creatividad en la cual explica brevemente las cuatro etapas principales. Estas etapas, representan el flujo de pensamiento y actividad que ocurren cuando una persona aborda un problema o tarea creativa. La primera etapa la llamo la preparación En esta etapa, el individuo se sumerge en la tarea o el problema creativo. Se recopila información, se adquieren conocimientos relevantes y se establece una comprensión sólida del problema. Esta etapa a menudo implica una fase de investigación y reflexión inicial. La segunda etapa la nombro como la incubación, es una fase de procesamiento subconsciente, la cual consiste en acumular información y haber reflexionado sobre el problema. Durante esta pausa, el cerebro sigue trabajando en el problema de manera inconsciente, explorando diferentes conexiones y enfoques. La tercera etapa la llamo la iluminación En esta fase, el individuo experimenta una idea o solución creativa repentina y

novedosa. Puede surgir de la nada o como resultado de la reflexión durante la fase de incubación. Finalmente la última fase la llamo la verificación; En esta fase, se evalúa la idea creativa para determinar su validez y utilidad. Se examinan los detalles y se lleva a cabo la planificación para convertir la idea en una solución o producto concreto.

De acuerdo a lo anterior, cabe resaltar que las etapas que menciona Wallas en la teoría no son lineales ni secuenciales, sino más bien pocos predecibles en relación a que el individuo puede llegar a experimentar cada una de estas etapas de manera no organizadas.

Unos años más tarde se planteó la teoría de la creatividad basada en la motivación de Teresa Amabile propuesta en 1983. Dicha teoría plantea la motivación como un papel determinante en la generación y expresión de la creatividad. Amabile (1983) propuso en su momento un modelo llamado Componente – Tarea – Persona el cual está compuesto por tres componentes interrelacionados tanto intrínsecamente como extrínsecamente.

El primer componente llamado tarea, hace referencia a la naturaleza de la tarea o el trabajo que una persona realiza. Amabile argumenta que las tareas deben ser intrínsecamente interesantes y desafiantes para fomentar la creatividad. Las tareas que permiten la exploración y el pensamiento divergente tienen más probabilidades de estimular la creatividad. El segundo componente nombrado como persona, se refiere a las características personales y las habilidades del individuo. Amabile sugiere que factores como la experiencia, la habilidad técnica y las actitudes hacia la tarea son importantes para determinar la creatividad. Además, los rasgos de personalidad, como la apertura a la experiencia, pueden influir en la creatividad. Finalmente el último componente quizás el más importante de los tres, llamado motivación lo define como todo lo que proviene del interés genuino y la satisfacción personal en la tarea en sí misma.

De acuerdo a lo anterior podemos interpretar que Amabile argumenta su teoría con los tres componentes mencionados anteriormente y concluye que son determinantes para alcanzar un nivel de creatividad crítico e importante para que el individuo pueda desarrollarse como persona tanto laboralmente como personalmente amplificando sus habilidades y cualidades.

Conforme a lo planteado en las teorías mencionadas anteriormente, podemos interpretar que la creatividad surge a raíz de la necesidad del individuo, frente a una experiencia en particular vivida. Cabe resaltar, que hay factores determinantes como las motivaciones intrínsecas y extrínsecas que hacen experimentar al individuo por unas etapas con componentes críticos, en el cual evalúan su posición frente al problema o necesidad presente.

Importancia de la Creatividad.

La creatividad es un atributo humano fundamental que ha sido ampliamente estudiado y valorado por diversos pensadores y líderes a lo largo de la historia. Robinson (2012) resalta la importancia de la creatividad tanto para el desarrollo personal como el de educación para el individuo. Por otra parte, menciona que las escuelas limitan la creatividad para los estudiantes enfocarse en una educación tradicional y ortodoxa que inhibe la expresión creativa y espontánea de muchos jóvenes perdiendo el potencial y pasión.

Sumando a los aportes y comentarios de Robinson frente a la importancia de la creatividad, esta Csikszentmihalyi (2005) en la teoría del flujo, explora cómo las personas experimentan un estado de flujo, en razón a las inmersas actividades desafiantes que experimentan los individuos. Dicha teoría propuesta por Csikszentmihalyi se caracteriza porque las personas a través de las experiencias vividas se concentran en sus objetivos, dándoles un sentido de control sobre los mismos, logrando una satisfacción final frente a las diferentes ideas innovadoras que pueden llegar a materializar por dicho flujo. De acuerdo a lo anterior, podemos

interpretar que el flujo es un estado óptimo para la creatividad, ya que las personas son más propensas a generar ideas innovadoras y a experimentar un sentido de logro. Esto resalta la importancia de encontrar actividades que estimulen la creatividad y el flujo en nuestras vidas, lo que puede llevar a un mayor bienestar y éxito personal.

Articulando la importancia de la creatividad en un contexto de espíritu emprendedor, podemos tomar como ejemplo al empresario estadounidense Richard Branson CEO del Grupo Virgin. Branson (2013) destaca la creatividad en razón al momento de emprender en cualquier tipo de negocio, no solamente se trata de generar nuevas ideas innovadoras sino también dichas ideas ponerlas en práctica y aterrizarlas en un contexto empresarial y probar las diferentes variables del macroentorno en el cual se podría llegar a materializar dicha idea creativa que pueda llegar a materializarse en un emprendimiento.

De acuerdo a lo anterior podemos interpretar que la creatividad es una habilidad y un enfoque de vida fundamental que trasciende diferentes campos, desde la educación hasta los negocios y la psicología. Robinson, Csikszentmihalyi y Branson han destacado la importancia de la creatividad en sus respectivos ámbitos. Robinson aboga por liberar la creatividad en la educación, Csikszentmihalyi la relaciona con el estado de flujo y el bienestar, y Branson demuestra cómo la creatividad puede ser un motor para el éxito empresarial. Estas perspectivas subrayan la necesidad de fomentar la creatividad en cada individuo, ya que puede conducir a la innovación, el desarrollo personal y el logro de metas tanto en lo profesional como en lo personal.

Tipos de Creatividad

La creatividad es una facultad intrínseca al ser humano que ha evolucionado a lo largo de la historia, manifestándose en diversas formas y contextos. Su origen se remonta a los albores de

la humanidad, cuando nuestros antepasados se vieron desafiados a encontrar soluciones innovadoras para sobrevivir en un entorno hostil. Con el tiempo, la creatividad se ha diversificado en varios tipos, cada uno con su propia importancia en la sociedad actual.

Los diferentes tipos de creatividad han evolucionado a lo largo de la historia de la humanidad y desempeñan un papel esencial en nuestra sociedad actual. Fomentar y valorar la creatividad en todas sus formas es esencial para abordar los desafíos contemporáneos y forjar un futuro más brillante y enriquecedor para todos.

La Creatividad de Lluvia de Ideas

Alex Osborn escritor y publicista estadounidense, fue el principal propulsor de la teoría de la Lluvia de Ideas alrededor del año 1930. Osborn (2016) argumenta que el objetivo principal, es fomentar la creatividad y la generación de ideas sin evaluarlas previamente, con la intención de evitar las críticas sobre las mismas. La Lluvia de Ideas se basa en la generación sin censura de las ideas, es decir que los individuos pueden expresarse de manera extrovertida, poco ortodoxa estimulando un pensamiento crítico y asociativo entre las mismas.

En una sesión de lluvia de ideas, se busca generar una gran cantidad de ideas en lugar de enfocarse en la calidad de cada una. La idea es que algunas de las ideas aparentemente menos prometedoras puedan llevar a soluciones innovadoras. La importancia de la lluvia de ideas en la actualidad radica en su capacidad para fomentar la creatividad, promover la innovación y resolver problemas de manera colaborativa. A menudo se utiliza en entornos empresariales para generar nuevas ideas de productos o servicios, resolver desafíos y mejorar procesos. También es una herramienta valiosa en la educación y en cualquier contexto donde se requiera la generación de ideas originales y la colaboración de equipos multidisciplinarios. La lluvia de ideas sigue

siendo una técnica efectiva para estimular la creatividad y encontrar soluciones innovadoras a los problemas actuales.

La Creatividad de los Seis Sombreros para Pensar

La teoría de los seis sombreros fue propuesta por el psicólogo, médico y escritor Maltes Edward de Bono. El principal objetivo de esta teoría es mejorar el proceso de toma de decisiones y la calidad del pensamiento en un grupo o individuo al ofrecer una estructura para explorar diferentes perspectivas y enfoques.

Bono (1988) usa metafóricamente los seis sombreros, cada uno con color diferente con la intención de representar las diferentes perspectivas y enfoques de un pensamiento o idea en particular incentivando la creatividad durante el proceso. El color blanco representa la información y los datos objetivos, el color rojo se enfoca en las emociones y la intuición, el color negro analiza críticamente los posibles problemas y riesgos, el color amarillo encamina los aspectos positivos y las ventanas, el color verde fomentan la creatividad y la generación de nuevas ideas y finalmente el color azul representa la habilidad de gestionar el proceso de pensamiento y dirigir la discusión sobre una idea en particular.

Actualmente este tipo de creatividad propuesta por Bono y es usada en equipos de trabajo interdisciplinarios para analizar una situación en particular desde múltiples perspectivas antes de tomar una decisión final, con la intención de resolver un problema con elementos clave identificados tanto positivamente como negativamente generando ideas y soluciones creativas. Por otra parte, también es utilizado en temas de resolver discusiones y asegurar que todos los participantes involucrados se enfoquen en el mismo tipo de pensamientos o idea, evitando las confusiones y mejorando e incentivando el trabajo inteligente colaborativo productivo.

En un contexto empresarial aplicando este tipo de metodología en las organizaciones o emprendimientos, pueden ayudar a desarrollar estrategias más solidas consolidando una amplia gama de posibilidades y oportunidades en el mercado.

De acuerdo a lo anterior, podemos interpretar que la teoría de los Seis Sombreros para Pensar de Edward de Bono es una herramienta útil para mejorar la toma de decisiones, la resolución de problemas y el pensamiento estratégico en un contexto empresarial al proporcionar una estructura clara para explorar diversas perspectivas y enfoques de pensamiento en un mercado altamente competitivo.

La Creatividad Empresarial

La creatividad empresarial propuesta por Stevenson consiste en que la idea de la creatividad tiene un papel fundamental para consolidar e incentivar el espíritu emprendedor en un contexto socio – cultural. Su principal objetivo es la identificación de oportunidades de negocio, la resolución de problemas y la toma de decisiones en un contexto empresarial.

Duarte (2008) toma como referencia a Stevenson e interpreta que la creatividad empresarial, se enfoca en la capacidad para todo tipo de persona que busque emprender y también líderes empresariales, en identificar oportunidades de negocio en un mercado altamente competitivo, implicando ver más allá de las oportunidades u posibilidades como se desarrollan ideas originales que se puedan materializar en negocios sostenibles.

Por otra parte, la creatividad empresarial también se refiere a la capacidad de resolver problemas de manera innovadoras desde un foco creativo para superar todo tipo de obstáculos y desafíos que se presenten a lo largo del camino. En razón a lo anterior, la toma de decisiones en el ámbito empresarial implica a menudo tomar decisiones un poco arriesgadas. Por esta razón, todo tipo de persona que busca emprender así mismo líderes empresariales, están dispuestos a

asumir riesgos y brindar directrices a sus colaboradores basadas en soluciones poco convencionales y creativas.

De acuerdo a lo anterior podemos interpretar que la creatividad empresarial según Stevenson y Duarte se centra en la capacidad de los empresarios y líderes empresariales para identificar oportunidades, resolver problemas y tomar decisiones de manera creativa con el fin de impulsar la innovación y el éxito empresarial.

Que es la Innovación

La innovación es un factor importante en el desarrollo y el éxito de las empresas en la economía actual. Ha evolucionado a lo largo de la historia, y su comprensión y aplicación han sido influenciadas por diversas teorías y enfoques propuestos por destacados teóricos en el ámbito empresarial. De acuerdo a lo anterior, los teóricos Schumpeter, Christensen y Chesbrough realizan sus aportes, en relación a la innovación empresarial y como esta impulsa el crecimiento y la competitividad en las organizaciones.

La teoría de la Destrucción Creativa hace alusión a la economía y la innovación en un contexto empresarial. Schumpeter (2023) hace referencia al proceso mediante el cual las innovaciones empresariales (procesos, modelos de negocios y nuevos productos) no solo generan valor y crecimiento económico, sino también desplazan y deslegitiman las estructuras empresariales ya existentes, generando cambios abruptos que desestabilizan una economía ya establecida.

El objetivo principal de dicha teoría es impulsar el crecimiento económico a través de la revolución de los macroentornos en los cuales se desarrolla la empresa. Por otra parte, menciona que la destrucción creativa es una variable que permite a las empresas innovadoras convertirse en líderes de un mercado altamente competitivo. Schumpeter (2023) menciona el ciclo de vida

empresarial como influyente en la creación de nuevas empresas innovadoras con una madurez competente generando resultados disruptivos en el mercado.

De acuerdo a lo anterior podemos interpretar que la teoría de la Destrucción Creativa de Joseph Schumpeter destaca la importancia de la innovación disruptiva en el proceso de crecimiento económico y argumenta que la destrucción de las estructuras empresariales existentes es esencial para permitir el surgimiento de nuevas empresas y tecnologías. Esta teoría ha tenido un impacto duradero en la comprensión de la innovación y la dinámica empresarial en la economía moderna.

Por otra parte, otro autor que propuso y aportó a definir el concepto de innovación en contexto empresarial, fue Christensen con la teoría de la Innovación Disruptiva. Dicha teoría hace referencia a la incorporación de servicios, tecnologías y productos menos sofisticados o de menor calidad que los existentes en el mercado, pero con el tiempo pueden transformar una industria al ganar una base de clientes amplia amenazando en desplazar a los productos existentes tradicionales generando innovación en un mercado competitivo.

El principal objetivo de la teoría es permitir que las empresas ingresen y ganen mercado en industrias dominadas y establecidas por competidores consolidados, logrando ofrecer soluciones innovadoras y simples que de una u otra manera atraen a nuevos mercados poco explorados. Una de sus principales características es generar soluciones disruptivas simples y menos costosas que las que existen actualmente.

De acuerdo a lo anterior podemos interpretar que la innovación disruptiva se centra en cómo las innovaciones, a menudo aparentemente menos sofisticadas y más simples, pueden perturbar las industrias establecidas al atraer a nuevos segmentos de mercado y desplazar a los competidores tradicionales. Hoy en día esta teoría ha influido en como las empresas actualmente

desarrollan sus estrategias y como generan innovación en sus productos y servicios ya existentes en un mercado competitivo.

El académico estadounidense Chesbrough conocido por ser padre de la innovación abierta, estudio este concepto y propuso la teoría relacionada a la innovación y estrategia empresarial. Dicha teoría se enfoca en como las empresas aprovechan tanto sus recursos internos como los externos en busca de una innovación creativa y única. En lugar de depender exclusivamente de la investigación y desarrollo interno, las empresas abren sus procesos de innovación para aprovechar las ideas y la experiencia externa.

El principal objetivo de la teoría de la innovación abierta según Chesbrough (2020) es acelerar y mejorar la innovación al permitir que las empresas potencien sus capacidades a través del conocimiento que existe fuera de las organizaciones, con la intención de incentivar el desarrollo de productos y servicios y reducir el porcentaje de recursos en investigación y desarrollo.

Entre sus principales características se destaca la flexibilidad y adaptabilidad, ya que no están limitadas por sus propios recursos internos y pueden llegar a tener éxito con la innovación abierta, en razón a que se desarrolle una cultura que fomente la colaboración, experimentación y la disposición para aportar ideas innovadoras. De acuerdo a lo anterior, podemos interpretar que promoviendo una idea y estrategias de innovación abierta en las empresas, pueden generar ventajas positivas, frente a los diferentes procesos que manejan las empresas permitiendo un flujo de trabajo libre y positivo influyendo en los resultados empresariales en un mercado altamente competitivo.

De acuerdo a los tres teóricos anteriormente mencionados, representan enfoques distintos pero complementarios para comprender cómo la innovación ha surgido y evolucionado en el contexto empresarial.

Importancia de la Innovación

La innovación ha sido una de las razones detrás de cambios significativos en la sociedad y la economía. En el contexto empresarial, la innovación no solo es una ventaja competitiva, sino una necesidad para prosperar en un mundo empresarial cada vez más dinámico y desafiante.

Actualmente en un contexto empresarial la capacidad de innovar es cada vez mas necesarios para potenciar los bienes y servicios de una empresa o emprendimiento. Un factor fundamental que potencia dicha innovación, es la globalización y la rápida evolución tecnológica en razón a las preferencias del consumidor. Drucker (2017) argumenta que la innovación no es simplemente crear nuevos productos o tecnologías, sino también encontrar nuevas formas de hacer las cosas y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes. Sostiene que las empresas que no innovan están destinadas a quedarse atrás en un mundo empresarial cada vez más competitivo.

Por esta razón, la capacidad de innovar debe ser determinante para el éxito de toda empresa en la actualidad, comprender el contexto en el cual de desarrolla y analizar la viabilidad son aspectos que se deben tomar en cuenta antes de tomas una decisión. En ese orden de ideas, la innovación puede ser la fuerza impulsora que transforma a las empresas en lideres de mercado y las ayuda a superar desafíos y aprovechar oportunidades en un contexto empresarial en constante cambio.

Tipos de Innovación

La innovación se manifiesta en una gran diversidad de facetas conocidas como tipos de innovación. Estos no se limitan únicamente a la esfera tecnológica y de productos, sino que abarcan igualmente aspectos cruciales en los ámbitos de procesos, modelos de negocios y estrategias organizativas. En un mundo relacionado y conectado digitalmente, las empresas compiten no solamente a nivel local sino también internacional.

Al conocer los diferentes tipos de innovación y aplicarlos en estrategias que posteriormente se convertirán en bienes y productos creativos e innovadores, les permitirán darse a conocer en el mercado y mejorar la calidad y estilo de vida de los consumidores.

En un contexto sociocultural la innovación impulsa el crecimiento económico, en razón a que los países que invierten recursos en investigación y desarrollo, al fomentar y aplicar diferentes conceptos tanto teóricos como prácticos pueden llegar a consolidarse financieramente en un mercado altamente competitivo.

Innovación de Producto

La innovación de producto es toda creación y desarrollo de nuevos productos innovadores incluyendo toda la gestión de procesos. En un contexto empresarial dicha innovación busca novedades y mejoras en los productos, con el objetivo de cumplir y satisfacer las necesidades de sus consumidores generando ventajas competitivas en el mercado.

Cooper es conocido por aportar a la definición del concepto de innovación de producto en razón al proceso de desarrollo de productos (PDF). Cooper (2014) aborda algunas características importantes para consolidar la innovación de productos. La primera característica es la del enfoque de velocidad, la cual resalta la importancia de acelerar el proceso de desarrollo de productos a través, de la generación de ideas innovadoras que sirvan para tomar una decisión

sobre el producto que se piensa sacar en el mercado. Otro aspecto importante para tener en cuenta es la gestión de portafolio de proyectos, la cual implica seleccionar y priorizar proyectos de manera estratégica para garantizar la inversión de recursos sobre el producto innovador.

Por otra parte, la colaboración interfuncional se destaca en la necesidad de la colaboración entre diferentes departamentos de una empresa para realimentar los proyectos y consolidar una idea innovadora sobre un producto en particular. De acuerdo a lo anterior, podemos interpretar que para tener éxito en la innovación de productos, las empresas suelen realizar investigaciones de mercado, fomentar la creatividad y la generación de ideas, invertir en investigación y desarrollo (I+D), y colaborar con otros actores de la cadena de suministro o socios estratégicos. También es importante gestionar adecuadamente el ciclo de vida del producto, desde la concepción hasta la retirada del mercado, para maximizar su impacto y rentabilidad.

Innovación de Procesos

La innovación de procesos se refiere a toda mejora en la transformación de las prácticas y procedimientos utilizados en una empresa o emprendimiento para desarrollar sus operaciones y procesos tanto internos como externos. El principal objetivo de la innovación de procesos aumentar la productividad, calidad, eficiencia y la rentabilidad de la empresa. Dicha innovación puede ser aplicada en todas las áreas en que existen procedimientos estructurados y pueden ser optimizados con un enfoque más eficiente.

Drucker (1985) fue uno de los principales académicos en aportar y definir el concepto de innovación de procesos como un componente fundamental de la gestión empresarial exitosa. En sus aportes se rescata la identificación de oportunidades de mejora como un proceso eficiente y

con estándares de calidad con la intención de mitigar los reprocesos y tareas innecesarias en los procedimientos ya estructurados.

Otro aspecto para tener en cuenta es la medición y seguimiento para evaluar dicha innovación de procesos dentro de las organizaciones y emprendimientos, estableciendo KPIs que permitan medir el impacto de los cambios realizados con la intención determinar el efecto del procedimiento.

Finalmente el rediseño y la optimización es una característica fundamental que se debe incorporar en la innovación de procesos, con la intención de generar cambios positivos en las diferentes actividades que se desarrollan tanto internamente como externamente en la organización o emprendimiento, adoptando nuevas metodologías de un trabajo inteligente productivo.

De acuerdo a lo anterior, podemos interpretar que la innovación de procesos influye en una variedad de factores, como avances tecnológicos, cambios en la demanda del mercado, presiones competitivas o cambios en la regulación. Las organizaciones que son capaces de innovar constantemente en sus procesos suelen ser más ágiles y competitivas en un entorno empresarial en constante evolución.

Innovación de Gestión

La innovación de gestión es la aplicación de ideas, métodos y procesos con un enfoque en una organización aplicando estrategias organizadas, planificadas y controlada en las actividades con la intención de mejorar la efectividad y competitividad. Porter (1999) realiza sus aportes resaltando la importancia de la innovación de gestión en las empresas para la consolidación de resultados en el mercado.

El principal objetivo de la innovación de gestión es analizar y modificar los procesos existentes con el fin de hacerlos más eficientes. Por otra parte, es importante mencionar la exploración de nuevas metodologías de gestión como Lean, Six Sigma, Agile entre otros, para abordar desafíos de una manera más simple y efectiva. Cabe resaltar que para tener un éxito rotundo en dicha innovación de gestión, es importante tomar las decisiones basadas en datos reales y actualizados, aplicando métricas que respalden la información.

Otro aspecto para tener en cuenta es desarrollar nuevas estrategias de negocio o adaptar las estrategias existentes para enfrentar desafíos imprevistos convirtiendo dichos problemas en oportunidades para innovar desde la gestión empresarial. La innovación de gestión es fundamental para que las organizaciones se mantengan competitivas en un entorno empresarial en constante cambio. Al adoptar nuevas formas de gestionar y operar, las empresas pueden adaptarse más rápidamente a las condiciones cambiantes del mercado y mejorar su rendimiento a largo plazo. La innovación de gestión también puede ser una fuente de ventaja competitiva sostenible si se implementa de manera efectiva.

Innovación Radical

La innovación radical hace referencia al proceso de cambio disruptivo y profundo en productos, servicios o tecnologías que crea soluciones completamente nuevas y transformadoras en comparación con las existentes. A menudo, implica la creación de algo completamente nuevo que cambia fundamentalmente la forma en que las cosas se hacen o se experimentan.

Christensen (1997) realizó sus aportes a la innovación radical analizando como este tipo de innovación afecta a las empresas establecidas. El cambio disruptivo es toda acción que interrumpe las prácticas y procedimientos ya establecidos en una organización o emprendimiento, generando un impacto en los procesos estandarizados tradicionales. Otro

aspecto importante para tener en cuenta en la innovación radical es mejorar o modificar productos existentes aplicando metodologías diferentes en función de buscar soluciones completamente nuevas en el mercado.

Cabe resaltar que existe un riesgo en la innovación radical, ya que en algunos de los casos puede presentar algún nivel de riesgo en relación a otros tipos de innovaciones, ya que en este tipo de innovación se puede presentar incertidumbre en cuanto a si la nueva metodología a emplear pueda llegar a tener algún tipo de fracaso en el mercado. Es importante mencionar, que al implementar una innovación radical con buenas prácticas y metodologías pueden llegar a transformar la industria y todos los megaentornos que la componen.

De acuerdo a lo anterior, podemos interpretar que la innovación radical es un proceso de cambio disruptivo que busca crear soluciones completamente nuevas y transformadoras en lugar de simplemente mejorar las existentes. Con una buena práctica la innovación radical, puede tener un impacto revolucionario en las industrias y en la sociedad en general.

Innovación Incremental

La innovación incremental es un enfoque evolutivo y gradual de productos, procesos o servicios existentes en el cual se realizan cambios y ajustes de manera gradual. Este tipo de innovación se utiliza en las organizaciones y emprendimientos, ya que les permite seguir evolucionando y adaptándose a las necesidades de los clientes que día a día cambian y evolucionan, sin necesidad de reemplazar por completo la innovación que vienen trabajando en los procesos y productos.

Cabe resaltar Tushman, (2018) menciona que la innovación incremental incluye la introducción de nuevas características en un producto ya existente, la optimización del proceso de fabricación y la capacidad para reducir costos, así mismo la proyección de considerar un

software que mejore radicalmente la funcionalidad y la seguridad de dicho producto. De acuerdo a lo anterior podemos interpretar que la innovación incremental se centra en hacer pequeños ajustes y mejoras constantes para mantener o mejorar la posición de una empresa en el mercado, sin alterar radicalmente sus productos o procesos.

Innovación Comercial

La innovación comercial se puede interpretar como toda aplicación de nuevas ideas, estrategias, procesos o tecnologías en el ámbito de las actividades comerciales y empresariales con el objetivo de mejorar la eficiencia, la efectividad y la competitividad de una empresa en el mercado, Desarrollando nuevos cambios significativos en la forma en que una empresa lleva a cabo sus operaciones comerciales y en cómo se relaciona con sus clientes, socios y competidores.

Rogers (2003) realizó sus aportes a la innovación comercial explorando como se adoptan estas innovaciones en las empresas y como influyen en la sociedad para lograr una aceptación y apropiación de los productos y servicios. La innovación comercial se puede manifestar en el desarrollo de nuevos productos de acuerdo a las necesidades de los consumidores satisfaciendo sus principales necesidades.

Por otra parte en el marketing se pueden adoptar enfoques novedosos, por medio de estrategias de publicidad, distribución y comercialización de productos nuevos o productos existentes innovadores, con la intención de alcanzar un público más amplio. Cabe resaltar que para tener un éxito en la innovación comercial, los canales de distribución deben reestructurarse o crear nuevos métodos, como la venta en línea incorporando herramientas tecnológicas que estén a la vanguardia y enfocadas al servicio al cliente, con la intención de generar experiencias significativas y emocionales para los consumidores.

En cuanto a sus beneficios se encuentra la eficiencia, productividad, automatización de los procesos y practicas tanto internos como externos. De acuerdo a lo anterior, podemos decir que la innovación comercial es esencial para el crecimiento y la supervivencia de las empresas, en un entorno empresarial en constante cambio. Aquellas organizaciones o emprendimientos que puedan adaptarse incorporar modelos de innovación comercial de manera efectiva tienen más probabilidades de tener éxito en el mercado y mantenerse posicionados en su nicho de mercado. La innovación comercial no solamente se limita a productos o servicios, también abarca todos los aspectos de cómo una empresa opera y se relaciona con su entorno.

Nivel de Maduración de la Innovación

Es una etapa o fase en la que se encuentra una innovación o tecnología en su ciclo de desarrollo. No es un concepto ampliamente reconocido en la gestión de la innovación, por lo que su definición puede variar según el contexto. Sin embargo Damanpour (2018) realiza sus aportes a la definición del concepto respecto algunos factores que afectan el nivel de maduración de las innovaciones en entornos empresariales.

El primer factor es hace referencia a conocer el estado actual de adopción por parte de los consumidores respecto al tipo de innovación que viene realizando la empresa o emprendimiento y como esa adopción es aceptada en el mercado y como es su nivel de competencia con otras innovaciones similares en un mercado evolutivo. De acuerdo a lo anterior, podemos interpretar que el nivel de maduración de la innovación hace referencia a la posición relativa de una innovación en sus diferentes etapas, fases del proceso del ciclo de vida en un contexto empresarial y tecnológico.

El Espíritu Emprendedor para las Empresas de Calzado del Sector de Restrepo de Bogotá Colombia, en cuanto a su Innovación, Creatividad

Antes de iniciar esta investigación es importante dar un contexto frente a lo que se va a abordar. Por esta razón, la investigación estará relacionada a Analizar la influencia del espíritu emprendedor para las empresas de calzado del sector de Restrepo de Bogotá – Colombia, en cuanto a su innovación, creatividad y capacidad de asumir riesgos. En una primera instancia es importante conocer el concepto de emprendimiento, en el cual los autores Casarotto Filho, N., & Pires, L. F. (2019) lo relacionan a la capacidad de todo individuo de aprovechar oportunidades en un contexto específico por medio de la innovación, creatividad y la capacidad de asumir riesgos gestionando los recursos necesarios para establecer y desarrollar proyectos y negocios con un valor agregado.

De acuerdo a lo anterior, se puede interpretar, que el emprendimiento es la capacidad de identificar una oportunidad y transformarla en una idea de negocio rentable para el individuo que gestiona cada uno de los recursos. Por otra parte, los autores Varela, R., Poblete, C., & Raffo, C. (2018) definen el emprendimiento como un fenómeno multifacético que involucra a un individuo en la creación de nuevos negocios innovadores que desarrollan un modelo de negocio rentable. A manera general podemos articular el emprendimiento a la investigación, como un fenómeno multifacético transformado en un modelo de negocio rentable bajo unos recursos específicos, en los cuales la idea de negocio debe ser creativa, innovadora y debe evaluar una alta capacidad de asumir riesgos respecto a la competencia de mercado.

En ese orden de ideas, el espíritu emprendedor es una mentalidad y conjunto de cualidades que impulsan a las personas a buscar oportunidades, tomar riesgos y crear algo nuevo. Se caracteriza por la capacidad de identificar problemas o necesidades en el mercado y encontrar

soluciones innovadoras para abordarlos. Los emprendedores son individuos visionarios y proactivos que están dispuestos a asumir desafíos y enfrentar la incertidumbre con determinación.

Marco Conceptual

Espíritu Emprendedor

El espíritu emprendedor es influenciado por una combinación de factores sociales, económicos, culturales y personales. Omales (2015) lo define como mentalidad, actitud y habilidades que poseen las personas para identificar oportunidades, asumir riesgos, innovar y crear nuevas iniciativas, ya sea en la creación de nuevos negocios o en la mejora y expansión de los existentes. Implica la disposición de enfrentar desafíos, superar obstáculos y trabajar de manera proactiva para lograr objetivos.

Innovación Empresarial

La innovación empresarial surge con la intención de transformar una idea común en una idea creativa con su respectivo valor agregado. Castrillon (2013) la define como la innovación empresarial que implica la transformación de ideas creativas en productos o servicios que satisfagan las necesidades del mercado y generen una diferenciación sostenible.

Liderazgo Empresarial

El liderazgo empresarial nace a raíz de las experiencias del individuo en su desarrollo tanto personal como profesional. Grijalva (2010) menciona que es la capacidad de influir en los demás y guiar a un equipo hacia la consecución de objetivos organizacionales mediante la comunicación efectiva, la toma de decisiones sólidas y la inspiración.

Gestión Empresarial

La gestión empresarial, también conocida como administración de empresas, ha evolucionado a lo largo del tiempo en respuesta a los cambios en la economía, la tecnología, las demandas del mercado y las teorías administrativas. Hernández (2011) define la gestión empresarial a toda acción de planificación, organización, dirección y control de los recursos y

actividades de una organización con el objetivo de lograr los objetivos establecidos y maximizar la eficiencia y eficacia.

Creatividad Empresarial

La creatividad empresarial es la habilidad de generar ideas innovadoras y originales que rompan los patrones o estereotipos, con el fin de incentivar un espíritu emprendedor único y con su valor agregado. Lo anterior también lo apoya Parra (2003), en el cual define la creatividad empresarial como el proceso de generar ideas innovadoras y sostenibles que tienen el potencial de transformar la forma en que una organización administra, agrega valor y se diferencia en el mercado.

Marco Histórico y Geográfico

En Bogotá – Colombia actualmente se encuentra ubicado el barrio Restrepo y hace parte de la localidad de Antonio Nariño. Actualmente la localidad se encuentra asentada en el corazón de Bogotá limitando al norte con la localidad de San Cristóbal, al occidente con la localidad de Tunjuelito, al sur con la localidad de Rafael Uribe Uribe y al oriente con la localidad de Los Mártires. Según el último censo realizado por el DANE (2021) tiene un total de 108.976 habitantes distribuidos en un área urbana de 488,0 hectáreas. Esta ubicación estratégica le otorga una posición central en la capital colombiana, siendo un punto de convergencia tanto geográfica como económica.

Navarrete (2017) menciona que el nombre de la localidad fue fundado alrededor del año 1900 por la población local, ya que en sus alrededores se radico el traductor de los Derechos del Hombre Antonio Nariño, quien vivió una etapa de su vida importante en dicha localidad y que de una u otra manera marco la vida de la población local. La localidad de Antonio Nariño se destaca por tener fuentes hídricas que favorecieron el desarrollo tanto rural como urbano y al paso de unos años se fueron construyendo y desarrollando barrios emblemáticos como; La fraguita, Hortua, Ciudad Jardín, Restrepo, entre otras.

Cabe resaltar que en la localidad de Antonio Nariño, desde su fundación fue epicentro de la economía en la ciudad de Bogotá, con la construcción de la Hacienda de la Hortua que se encargaba principalmente de cultivar trigo, cebada y producir harina de pan que posteriormente sería comercializada hacia las demás localidades de la capital colombiana, lo que generaba y propulsaba un espíritu emprendedor tanto a la población trabajadora local que hacían parte de la Hacienda como a sus habitantes de sus alrededores.

El nombramiento del barrio del Restrepo fue conmemorado en nombre del expresidente de la república del periodo de 1910 -1914 conocido como Carlos Eugenio Restrepo. Navarrete (2017) menciona que a partir de 1934 se iniciaron las construcciones urbanísticas en dicha localidad, lo que fue generando a lo largo del tiempo una expansión no solamente urbana sino económica, ya que a partir de ese momento empezaron a construir industria y generar empleo a personas oriundas de Cundinamarca y Boyacá con experiencia en la producción y comercialización de artesanías.

En relación a los datos geográficos y demográficos según el DANE (2021):

El barrio el Restrepo limita al occidente con la localidad Antonio Nariño. Tiene una extensión de 354,7 hectáreas, equivalentes al 72,7% del total del área de las UPZ de la localidad. Limita, por el norte, con las UPZ Muzú y Ciudad Montes de la localidad Puente Aranda; por el oriente, con la UPZ Ciudad Jardín; por el sur, con la UPZ Quiroga de la localidad Rafael Uribe Uribe; y por el occidente, con la UPZ Tunjuelito, de la localidad del mismo nombre. Con relación a indicadores de localización demográfica, la localidad cuenta con un total de 18.778 predios de naturaleza residencial, dentro de los cuales se distribuyen un total de 33.896 hogares. De este agregado, se tiene que 13.532 hogares se encuentran integrados por cuatro (4) personas o más, 9.030 por tres (3) personas, 7.618 por dos (2) personas y el restante, esto es, 3.715 hogares, por solo una persona (Secretaría del Hábitat, 2019).

Lo anterior es importante mencionarlo, debido a que periódicamente el barrio el Restrepo ha tenido un crecimiento exponencial no solamente a nivel demográfico y geográfico, sino también en un contexto económico. Navarrete (2017) menciona que alrededor del año 1960, el barrio Restrepo llegó a tener un auge comercial gracias a los comerciantes de cuero e insumos para zapatería de sector de San Victorino que vieron una oportunidad para incorporar y centralizar tanto su producción como comercialización de productos en dicho barrio, lo que generó no solamente un reconocimiento local sino también a lo largo de todo el país.

Por otra parte, Navarrete (2021) resalta el auge de la industria del sector de calzado en el barrio Restrepo, se debió a una pequeña población de inmigrantes italianos que se radicaron en la ciudad de Bogotá que aprovecharon sus conocimientos y habilidades en la producción de calzado y tomaron la decisión de emprender en dicho barrio aprovechando su lugar estratégico en la ciudad.

Al paso de unos años el crecimiento de producción y comercialización fue tan grande que en 1999 se fundó ACICAM (La Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas) como resultado de la fusión entre ASOCUEROS (la Asociación Colombiana de Industriales del Cuero) y CORNICAL (Corporación Nacional de Calzado) cuyo principal objetivo es representar a empresarios y emprendedores que buscan producir y comercializar calzado no solo a nivel nacional sino también internacional, acogiéndolos con políticas sostenibles, creativas e innovadoras en pro de mejorar sus materias primas y sus calzados a comercializar.

De acuerdo a lo anterior, podemos interpretar que los aspectos geográficos influenciaron el crecimiento de la industria en la localidad de Antonio Nariño y especialmente en el barrio Restrepo, generando demográficamente un crecimiento exponencialmente en su población local y una construcción de tejido social por medio de prácticas en la producción y comercialización de calzado de calidad, que con el tiempo ha prosperado significativamente y se ha convertido en una actividad sobresaliente e importante tanto en la economía local como regional.

Marco Metodológico

Tipo de Investigación

La investigación es de carácter cualitativa y exploratoria porque busca conocer cómo influye el fenómeno de la innovación y creatividad en el espíritu emprendedor en los empresarios de calzado del barrio de Restrepo – Bogotá. En ese mismo orden de ideas, dicha investigación busca analizar desde la innovación, creatividad como estas dos variables importantes y determinantes influyen en la formación, capacitación y en la acción del emprender en un mercado altamente competitivo como lo es el calzado.

Universo de la investigación

Descripción General

El universo de esta investigación se centra en los empresarios de calzado del barrio de restrepo de Bogotá – Colombia que se encuentran registrados ante la Cámara de Comercio de Bogotá.

Delimitación Geográfica

Localidad Antonio Nariño, barrio Restrepo de Bogotá – Colombia.

Delimitación Temporal

Año académico 2023 -2024

Características del Universo

Población Objetivo

Empresarios de calzado de la localidad Antonio Nariño, barrio Restrepo de Bogotá – Colombia, entre 18 años a 69 años.

Criterios de Inclusión y Exclusión

Se incluyen empresarios de calzado tanto de género masculino como femenino y menores de edad con el consentimiento de un adulto responsable.

Justificación de la Selección del Universo

Relevancia

Es importante dar a conocer la importancia de estos dos conceptos y hoy en día fenómenos sociales y variables de investigación tales como la creatividad, innovación como influencia en el espíritu emprendedor de los empresarios de calzado del barrio de restrepo – Bogotá.

Representatividad

En la localidad de Antonio Nariño particularmente en el barrio de restrepo de Bogotá, siempre se ha dado a conocer por su popularidad en cuanto a la producción, comercialización de calzado de alta calidad. Por esta razón se eligió dicha ubicación geográfica para la investigación, para consolidar una investigación cualitativa y exploratoria.

Métodos de Muestreo

Tamaño de la Muestra

Se selecciono una muestra de 45 empresarios de calzado del barrio restrepo de Bogotá utilizando un muestreo intencional o de juicio

Técnica de Muestreo

Se utilizo un muestreo intencional o de juicio basándose en criterios específicos o juicio personal sobre la muestra elegida, con la intención de conocer cómo influye la creatividad e innovación en el espíritu emprendedor

Limitaciones y Alcances

Posibles Sesgos

El estudio podría estar sesgado hacia las experiencias de los empresarios de calzado del barrio Restrepo de Bogotá que voluntariamente participan en la investigación.

Alcance de los Resultados

Los resultados serán principalmente aplicables a contextos empresariales de la muestra encuestada, con la intención de implementar estrategias tanto de capacitación, producción y comercialización de productos en pro de visibilizar el ejercicio de emprender en este nicho de mercado altamente competitivo.

Instrumento de Investigación

A continuación encontrará un cuestionario cuyo principal objetivo es Analizar la influencia del espíritu emprendedor para las empresas de calzado del sector de Restrepo de Bogotá – Colombia, en cuanto a su innovación, creatividad. Cabe resaltar que las encuestas son anónimas por lo que está garantizada la confidencialidad de los datos.

1. Su edad se encuentra entre:
 - Menor a 18 años
 - 19 años a 30 años
 - 31 años a 43 años
 - 44 años a 56 años
 - 57 años a 69 años
2. Sexo: Femenino___ Masculino ___
3. Nivel de educación:
 - Primaria__

- Bachillerato ____
 - Tecnológico Profesional ____
 - Especialista ____
 - Maestría ____
 - Doctorado ____
4. Tiene experiencia laboral en la industria del calzado:
- Menos de un año
 - Entre 1 y 2 años
 - Entre 3 y 5 años
 - Entre 6 y 10 años
 - Entre 11 y 15 años
5. Mas de 15 años

En relación a los principales desafíos que enfrenta como empresario de calzado en el sector de Restrepo, Bogotá. Valore marcando con una x la puntuación adecuada y el grado en que usted se identifica con cada una de las siguientes afirmaciones en la escala de 1 a 5, donde 1 indica que está totalmente en desacuerdo y 5 en totalmente de acuerdo

- La importación de calzado extranjero a menudo compite con los productos nacionales, lo que puede afectar la participación de mercado de los fabricantes locales.
- La calidad y el diseño de los productos de calzado son fundamentales para el éxito en el mercado
- Los costos de producción, que incluyen materiales, mano de obra y gastos generales, pueden ser un desafío en la industria del calzado.

- La industria del calzado está fuertemente influenciada por las tendencias de la moda.

- Mantener un equilibrio adecuado en los niveles de inventario, es esencial para evitar el exceso de stock o la falta de productos en el mercado

6. Respecto a los ejemplos más comunes en los cuales usted como empresario toma decisiones creativas en la industria de calzado. Valore marcando con una x la puntuación adecuada y el grado en que usted se identifica con cada una de las siguientes afirmaciones en la escala de 1 a 5, donde 1 indica que está totalmente en desacuerdo y 5 en totalmente de acuerdo.

- Crear nuevos estilos, colores, y características únicas que atraigan a los consumidores y se destaquen en el mercado.

- Optar por materiales respetuosos con el medio ambiente en la fabricación de calzado para satisfacer la creciente demanda de productos sostenibles.

- Ofrecer opciones de personalización para permitir a los clientes diseñar su propio calzado

- Expandir la gama de productos para incluir accesorios relacionados con el calzado

- Asegurar que los colaboradores sean tratados adecuadamente, con la intención de incentivar las buenas prácticas en la producción del calzado.

7. De acuerdo a los factores determinantes que motivan a cumplir y lograr metas como emprendedor de calzado, busca por medio de la creatividad soluciones efectivas para alcanzarlas, valore marcando con un círculo la puntuación adecuada y el grado en que usted se identifica con cada una de las siguientes afirmaciones en la escala de 1 a 5, donde 1 indica que está totalmente en desacuerdo y 5 en totalmente de acuerdo

- Como emprendedor me considero apasionado y tiendo a buscar soluciones originales para abordar problemas o necesidades específicas de mis clientes en el mercado.

- Una comunicación efectiva me ayuda como emprendedor a comprender claramente los objetivos, desafíos y oportunidades del negocio en relación a mis clientes.

- La perseverancia me permite como emprendedor a mantenerme enfocado en los objetivos a pesar de los obstáculos que puedan surgir en el camino

- Una visión sólida me proporciona una dirección clara frente a mis objetivos empresariales propuestos

- Considero que la determinación es una mentalidad que se adquiere a través de búsquedas de soluciones creativas

Como cree usted que influye la innovación para la producción de la industria del calzado del sector del Restrepo, Bogotá para sus clientes. valore marcando con una x la puntuación adecuada y el grado en que usted se identifica con cada una de las siguientes afirmaciones en la escala de 1 a 5, donde 1 indica que está totalmente en desacuerdo y 5 en totalmente de acuerdo.

- La innovación permite la creación de diseños de calzado más atractivos, funcionales y ergonómicos para los clientes

- Los diseñadores utilizan software permitiendo una fabricación más eficiente en cuanto a la fabricación de calzado para los clientes

- La innovación en técnicas de fabricación sostenible, como el reciclaje de materiales y la reducción de residuos, es fundamental para la creación de diseños de calzado más atractivos, funcionales y ergonómicos para los clientes

- La innovación se centra en mejorar la comodidad, el rendimiento y la durabilidad del calzado, lo que lleva a la creación de productos de mejor calidad para los clientes.

- La innovación en comercio electrónico ha cambiado la forma en que se venden y distribuyen los productos de calzado para los clientes.

8. Como cree usted que influye la creatividad para la producción de la industria del calzado del sector de Restrepo Bogotá. Valore marcando con una x la puntuación adecuada y el grado en que usted se identifica con cada una de las siguientes afirmaciones en la escala de 1 a 5, donde 1 indica que está totalmente en desacuerdo y 5 en totalmente de acuerdo

- Los empresarios deben crear modelos y diseños atractivos que satisfagan las necesidades y preferencias de los consumidores

- La creatividad influye en el desarrollo de nuevos materiales y tecnologías para la fabricación de calzado.

- La creatividad desempeña un papel importante en la comercialización de los productos en la industria del calzado.

- La personalización en la industria del calzado es otra manera de aumentar la producción de diseños innovadores y creativos.

- Los empresarios deben crear modelos funcionales puede aumentar la demanda y la percepción de valor de una marca.

9. Cuáles son las estrategias que usted como emprendedor fomenta la innovación en su empresa de calzado. Valore marcando con una x la puntuación adecuada y el grado en que usted se identifica con cada una de las siguientes afirmaciones en la escala de 1 a 5, donde 1 indica que está totalmente en desacuerdo y 5 en totalmente de acuerdo

- Como emprendedor investigo el mercado para identificar las tendencias actuales y las necesidades no satisfechas de los consumidores.

- Busco opiniones de expertos en tendencia de calzado, que puedan aportarme nuevas perspectivas para la creación de nuevos diseños

- Ofrezco a mis clientes la personalización del calzado de acuerdo a sus necesidades

- Fomento una cultura de innovación dentro de la empresa incentivando a mis colaboradores en proponer nuevas ideas para el diseño del calzado

10. Como se adapta usted como empresario de la industria del calzado a los cambios de preferencias de los consumidores. Valore marcando con una x la puntuación adecuada y el grado en que usted se identifica con cada una de las siguientes afirmaciones en la escala de 1 a 5, donde 1 indica que está totalmente en desacuerdo y 5 en totalmente de acuerdo

- Con la intención de conocer un poco más a mi cliente, mantengo un canal de comunicación abierto.

- Considero que tengo un gran equipo de trabajo de producción que puede ajustar rápidamente el diseño y la producción de calzado.

- Ofrezco a mis clientes opciones de personalización permitiéndole adaptar el calzado a sus preferencias individuales.

- Utilizo herramientas de análisis de datos para identificar el comportamiento de mis clientes y así mismo obtener información para la producción de calzado que este en tendencia de moda.

- Utilizo materiales sostenibles y que estén a la vanguardia y tendencia de moda en la producción de calzado.

- Utilizo estrategias de comunicación como comerciales para difundir la información de mis productos y hacerme conocer a un público más amplio

11. Que papel cree usted como empresario que desempeñan las tendencias de moda en la toma de decisiones creativas en la industria del calzado. Valore marcando con una x la puntuación adecuada y el grado en que usted se identifica con cada una de las siguientes afirmaciones en la escala de 1 a 5, donde 1 indica que está totalmente en desacuerdo y 5 en totalmente de acuerdo

- Conocer las tendencias de moda me sirven como fuente de inspiración para diseñar nuevo calzado

- Las tendencias de moda afectan mis estrategias en venta

- Por medio de las tendencias de moda puedo implementar diseños innovadores en mi calzado

- Por medio de las tendencias de moda puedo tomar decisiones en cuanto a la producción de calzado.

12. Conoce usted como empresario que exista algún apoyo gubernamental o institucional que ayude a fomentar el espíritu emprendedor. Valore marcando con una x la puntuación adecuada y el grado en que usted se identifica con cada una de las siguientes afirmaciones en la escala de 1 a 5, donde 1 indica que está totalmente en desacuerdo y 5 en totalmente de acuerdo

- Los gobiernos locales, me ofrecen préstamos a tasas preferenciales para ayudarme a iniciar o expandir mi negocio en la industria del calzado.

- Conozco y asisto a programas gubernamentales sin ánimo de lucro que me ofrecen asesoramiento y capacitación en aspectos claves para emprender y mejorar mis prácticas en la empresa.

- Participo en ferias y eventos empresariales que ofrece el gobierno para visibilizar mi empresa y productos

- Conozco que el gobierno me proporciona como emprendedor financiamientos en fondos de capital que me ayuda a fomentar mi espíritu emprendedor en la industria de calzado

- No conozco como empresario que exista algún apoyo gubernamental o institucional que ayude a fomentar el espíritu emprendedor

13. Cuáles son los principales obstáculos regulatorios que como empresario le impiden innovar en la industria del sector de calzado. Valore marcando con una x la puntuación adecuada y el grado en que usted se identifica con cada una de las siguientes afirmaciones en la escala de 1 a 5, donde 1 indica que está totalmente en desacuerdo y 5 en totalmente de acuerdo

- Las regulaciones relacionadas en cuanto a la seguridad y calidad del calzado me afecta un poco el proceso de producción en cuanto a la innovación de nuevos calzados.

- Las regulaciones relacionadas en cuanto a la seguridad y calidad del calzado me afecta un poco el proceso de producción en cuanto a la innovación de nuevos calzados.

- Las regulaciones aduaneras afectan la importación de materiales y componentes de calzado

- Las regulaciones comerciales afectan la exportación de mi calzado.

- Las regulaciones en cuanto a la publicidad de mis productos de calzado que sus componentes son producidos por cuero de animales, pueden llegar a tener algún tipo de censura en las redes sociales.

Resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos con el instrumento de investigación aplicado a la muestra de cuarenta y cinco empresarios de calzado del sector de Restrepo - Bogotá podemos interpretar lo siguiente:

Figura 1

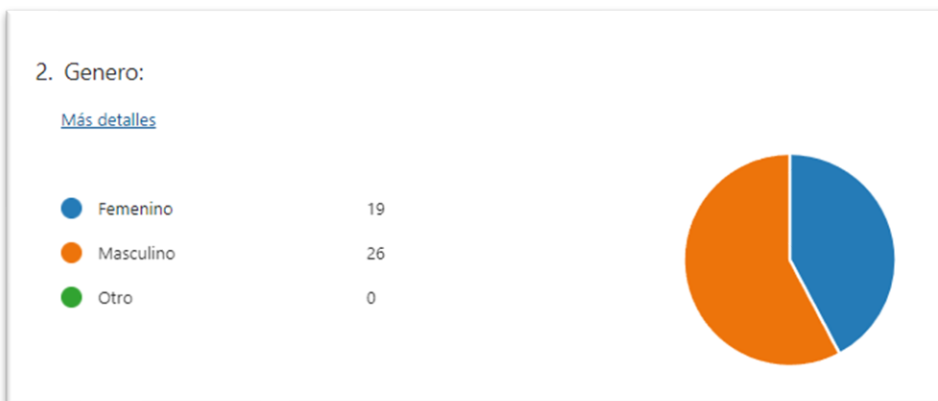
Su edad se Encuentra Entre



En relación a la gráfica anterior, se escogieron los intervalos de edad, de los empresarios encuestados del barrio Restrepo – Bogotá, con la intención de identificar el promedio de edad de la muestra escogida. De acuerdo al análisis podemos interpretar que la mayoría tienen un promedio de edad entre los 31 años a 43 años. Cabe resaltar que también una parte de los encuestados tienen un promedio de edad entre los 44 años a 56 años. En ese mismo orden de ideas, podemos interpretar que el promedio a nivel general de la muestra encuestada tiene un promedio de edad entre los 31 años a 56 años.

Figura 2

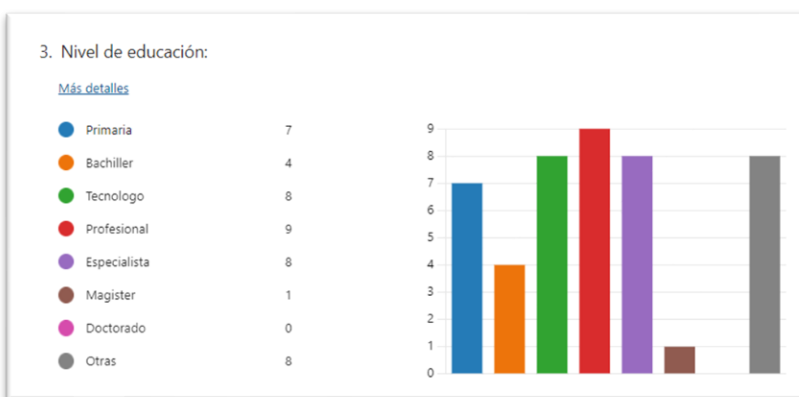
Genero



De acuerdo a la gráfica anterior, de la muestra encuestada de empresarios de calzado del barrio Restrepo – Bogotá, podemos interpretar que el 60% es de género Masculino y el 40% es de género Femenino. Cabe resaltar que la diferencia de votos fueron tan solo 6, lo que se puede interpretar a manera general, es que los géneros tienen un volumen de participación alta en dicho nicho de mercado.

Figura 3

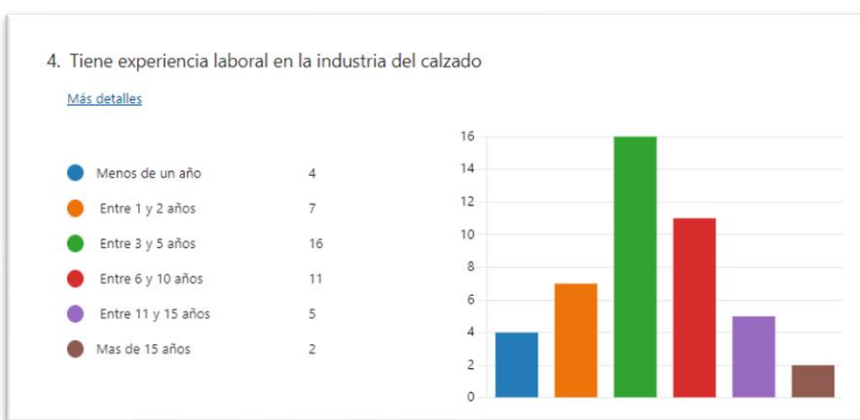
Nivel de Educación



De acuerdo al nivel de educación de los empresarios encuestados, se destaca que la mayoría son Profesionales. Sin embargo, cabe resaltar que hay otros encuestados con otro nivel de educación muy similar al anteriormente mencionado, en el cual se encuentran Tecnólogos, Especialistas y Otros.

Figura 4

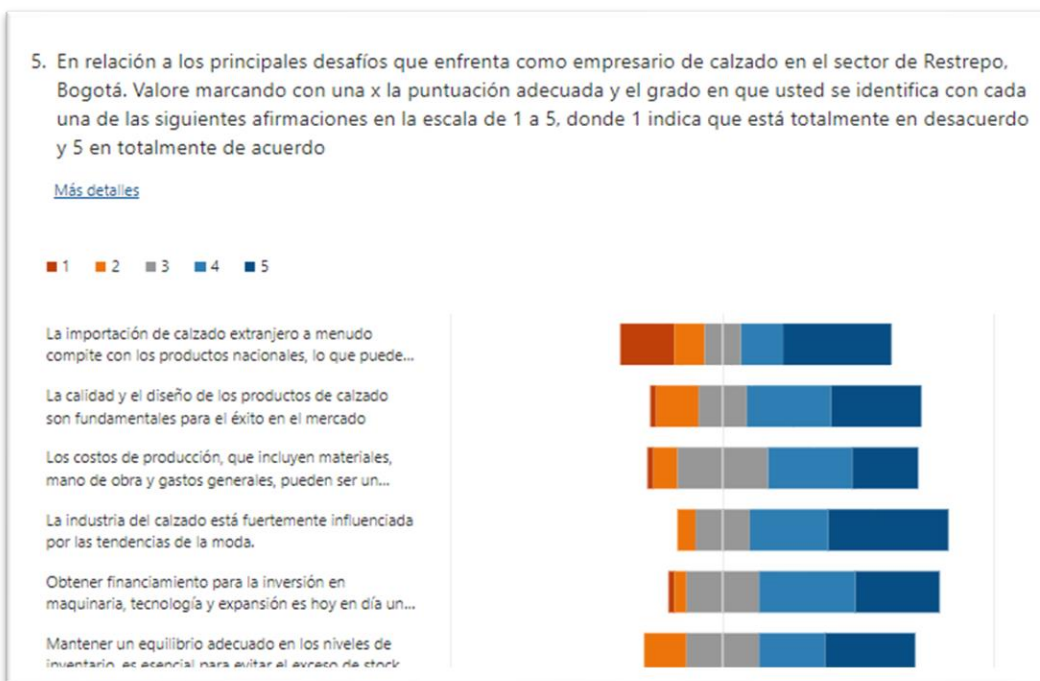
Tiene Experiencia Laboral en la Industria del Calzado



En relación a la experiencia laboral de los empresarios encuestados, podemos interpretar que todos tienen experiencia en la industria del calzado. Sin embargo, es importante mencionar que la gran mayoría tienen una experiencia entre los 3 años a 5 años.

Figura 5

En relación a los principales desafíos que enfrenta como empresario de calzado en el sector de Restrepo, Bogotá

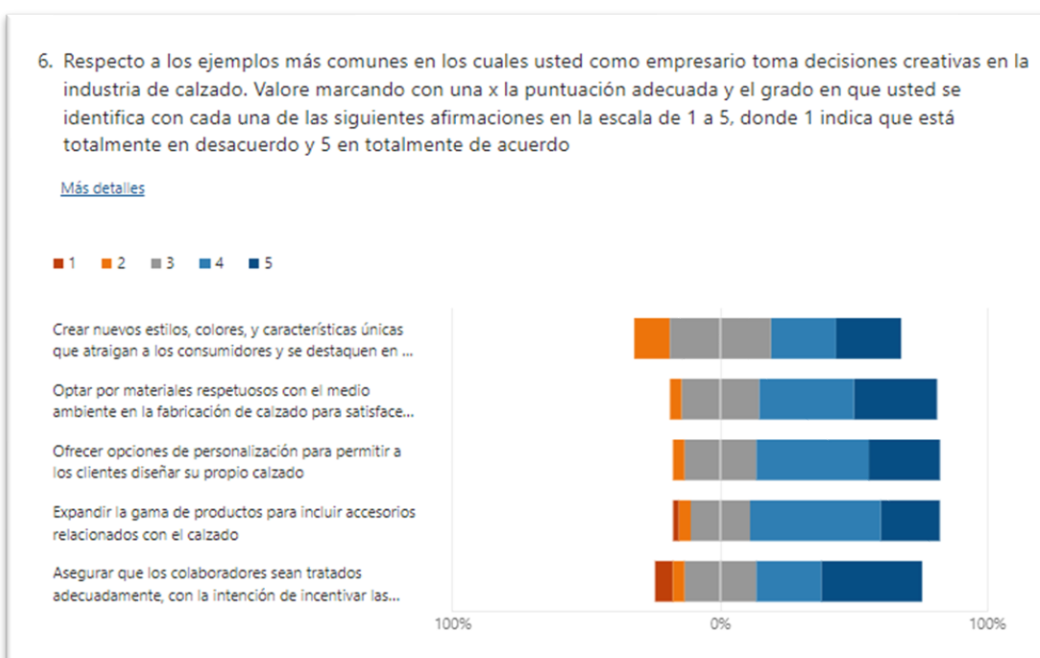


De acuerdo a la gráfica de barras en relación a los empresarios si la importación de calzado extranjero a menudo compete con los productos nacionales, lo que puede afectar la participación de mercado de los fabricantes locales la mayoría consideraron que estaban totalmente de acuerdo con un 40%. Por otra parte, se les pregunto si la calidad y el diseño de los productos de calzado son fundamentales para el éxito en el mercado, en el cual respondieron con un 33% que estaban totalmente de acuerdo. En relación a lo anterior, si los costos de producción, que incluyen materiales, mano de obra y gastos generales, pueden ser un desafío en la industria del calzado indicaron con un 33% que estaban medianamente de acuerdo. De manera consecuente, se les pregunto a los empresarios si la industria del calzado está fuertemente

influenciada por las tendencias de la moda, en el cual respondieron con un 44% que están totalmente de acuerdo. En relación al financiamiento con un 35% el Obtener financiamiento para la inversión en maquinaria, tecnología y expansión es hoy en día un desafío en la industria del calzado respondieron que están de acuerdo. Finalmente en relación a Mantener un equilibrio adecuado en los niveles de inventario, es esencial para evitar el exceso de stock o la falta de productos en el mercado con un 33% respondieron que están de acuerdo.

Figura 6

Respecto a los Ejemplos más Comunes en los cuales usted como Empresario toma Decisiones Creativas en la Industria de Calzado

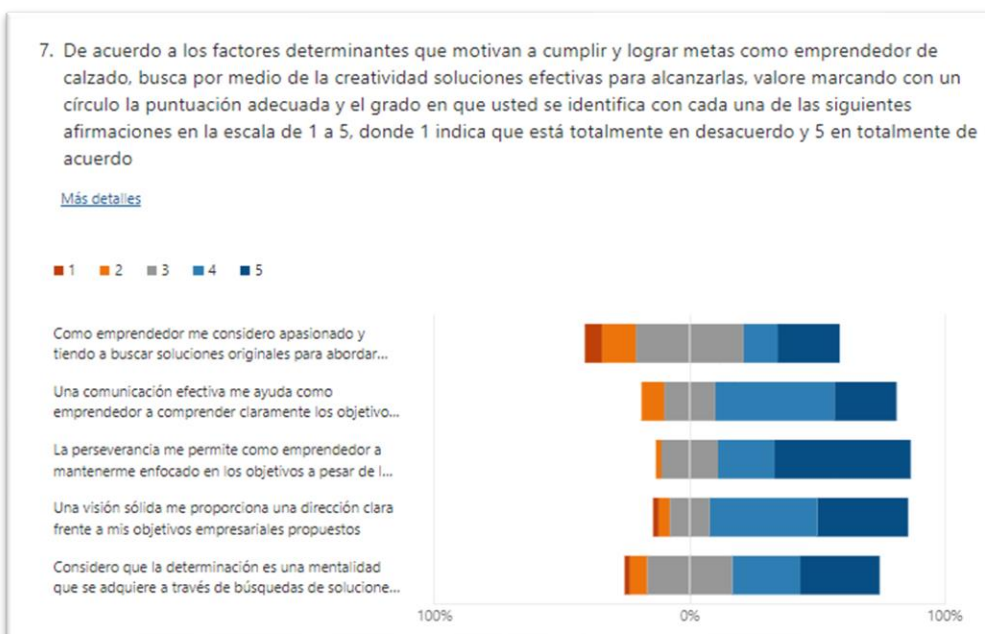


De acuerdo a la gráfica de barras en relación a los empresarios si crear nuevos estilos, colores, y características únicas que atraigan a los consumidores y se destaquen en el mercado es una decisión creativa la mayoría de los encuestados con un 37% indicaron que están medianamente de acuerdo. En relación si optar por materiales respetuosos con el medio ambiente

en la fabricación de calzado para satisfacer la creciente demanda de productos sostenibles es una decisión creativa, con un 35% indicaron que están de acuerdo. En relación a ofrecer opciones de personalización para permitir a los clientes diseñar su propio calzado, los empresarios encuestados indicaron con un 42% que están de acuerdo. Por otra parte a la pregunta si expandir la gama de productos para incluir accesorios relacionados con el calzado es una decisión creativa indicaron con un 48% que están de acuerdo. Finalmente en relación asegurar que los colaboradores sean tratados adecuadamente, con la intención de incentivar las buenas prácticas en la producción del calzado indicaron con un 37% que están en totalmente de acuerdo.

Figura 7

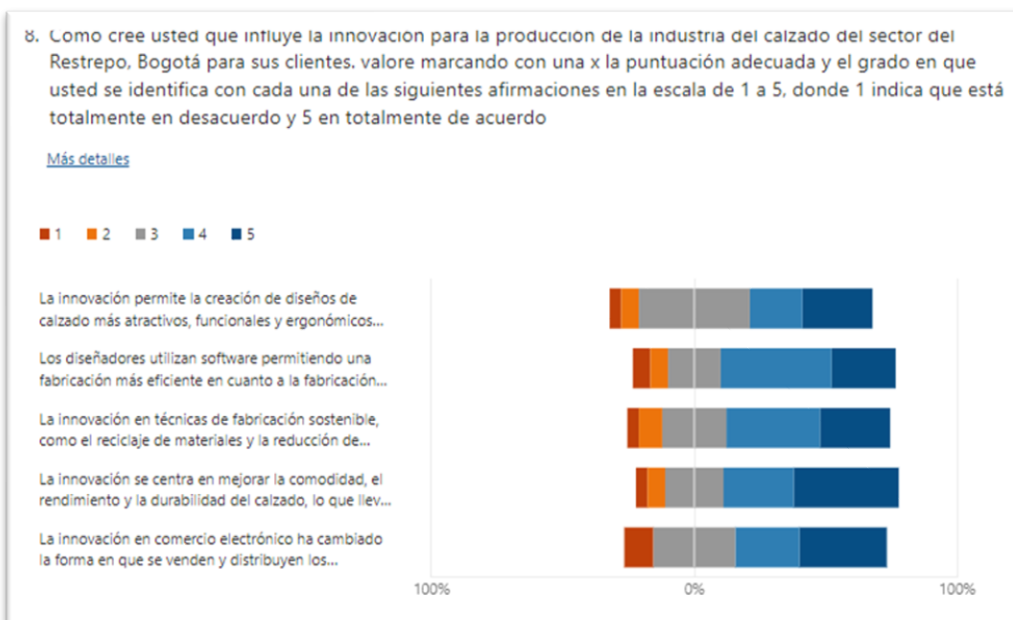
De acuerdo a los factores determinantes que motivan a cumplir y lograr metas como emprendedor de calzado, busca por medio de la creatividad soluciones efectivas para alcanzarlas



De acuerdo a la gráfica de barras en relación a como el emprendedor se considera apasionado y tiende a buscar soluciones originales para abordar problemas o necesidades específicas de los clientes en el mercado, un 42% consideran que se encuentran medianamente de acuerdo. En ese orden de ideas, en cuanto a la comunicación efectiva les sirve de ayuda como emprendedores a comprender claramente los objetivos, desafíos y oportunidades del negocio en relación a sus clientes, el 46% indicaron que están de acuerdo. En relación a la perseverancia les permite como emprendedores a mantenerse enfocado en los objetivos a pesar de los obstáculos que puedan surgir en el camino con un 53% de los encuestados indicaron que están totalmente de acuerdo en relación a lo anteriormente mencionado. Respecto a la visión sólida que les proporciona una dirección clara frente a sus objetivos empresariales propuestos indicaron la mayoría de los encuestados con un 35% que están de acuerdo. Finalmente en relación al momento de considerar la determinación como una mentalidad que se adquiere a través de búsquedas de soluciones creativas con un 31% la mayoría de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo.

Figura 8

Como cree usted que influye la innovación para la producción de la industria del calzado del sector del Restrepo, Bogotá para sus clientes



De acuerdo a la gráfica de barras en relación a la innovación que les permite la creación de diseños de calzado más atractivos, funcionales y ergonómicos para los clientes el 42% indicaron que estaban medianamente de acuerdo. En relación a los diseñadores de calzado que utilizan software permitiendo una fabricación más eficiente en cuanto a la fabricación de calzado para los clientes los encuestados indicaron que el 42% se encuentran en de acuerdo a lo anteriormente mencionado. Por otra parte, la innovación en técnicas de fabricación sostenible, como el reciclaje de materiales y la reducción de residuos, es fundamental para la creación de diseños de calzado más atractivos, funcionales y ergonómicos para los clientes los empresarios indicaron con un 35% que se encuentran de acuerdo con la incentivación de este tipo de prácticas. En relación a la innovación que se centra en mejorar la comodidad, el rendimiento y la

durabilidad del calzado, lo que lleva a la creación de productos de mejor calidad para los clientes, los encuestados indicaron con un 40% que están en totalmente de acuerdo. Finalmente, se les pregunto si la innovación en comercio electrónico ha cambiado la forma en que se venden y distribuyen los productos de calzado para los clientes el 33% de los encuestados indicaron que están en totalmente de acuerdo.

Figura 9

Como cree usted que influye la creatividad para la producción de la industria del calzado del sector de Restrepo Bogotá

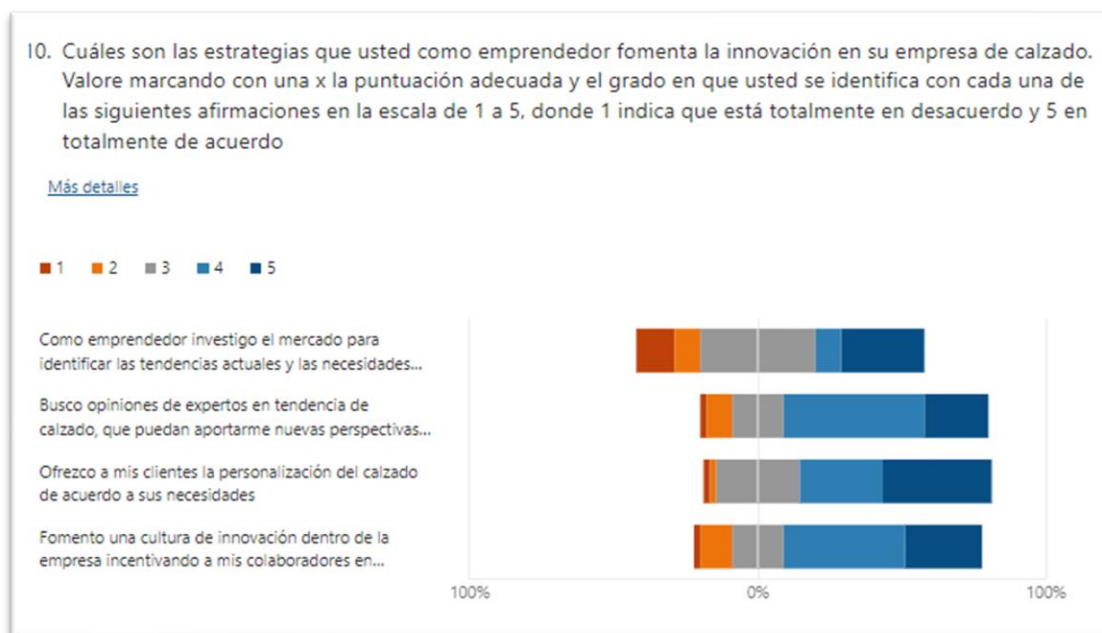


De acuerdo a la gráfica de barras en relación a los empresarios si deben crear modelos y diseños atractivos que satisfagan las necesidades y preferencias de los consumidores el 35% están totalmente de acuerdo. En ese orden de ideas, en cuanto a la creatividad como influyente en el desarrollo de nuevos materiales y tecnologías para la fabricación de calzado los encuestados están un 37% de acuerdo. Respecto a la creatividad como un papel importante que desempeña en la comercialización de los productos en la industria del calzado los encuestados con un 42% se

encuentran en totalmente de acuerdo. Por otra parte, los encuestados en relación a la personalización en la industria del calzado como otra manera de aumentar la producción de diseños innovadores y creativos indicaron con un 36% se encuentran entre de acuerdo y totalmente de acuerdo. Finalmente en relación a los empresarios que deben crear modelos funcionales pueden aumentar la demanda y la percepción de valor de una marca el 33% de los encuestados indicaron que se encuentran en totalmente de acuerdo.

Figura 10

Cuáles son las estrategias que usted como emprendedor fomenta la innovación en su empresa de calzado

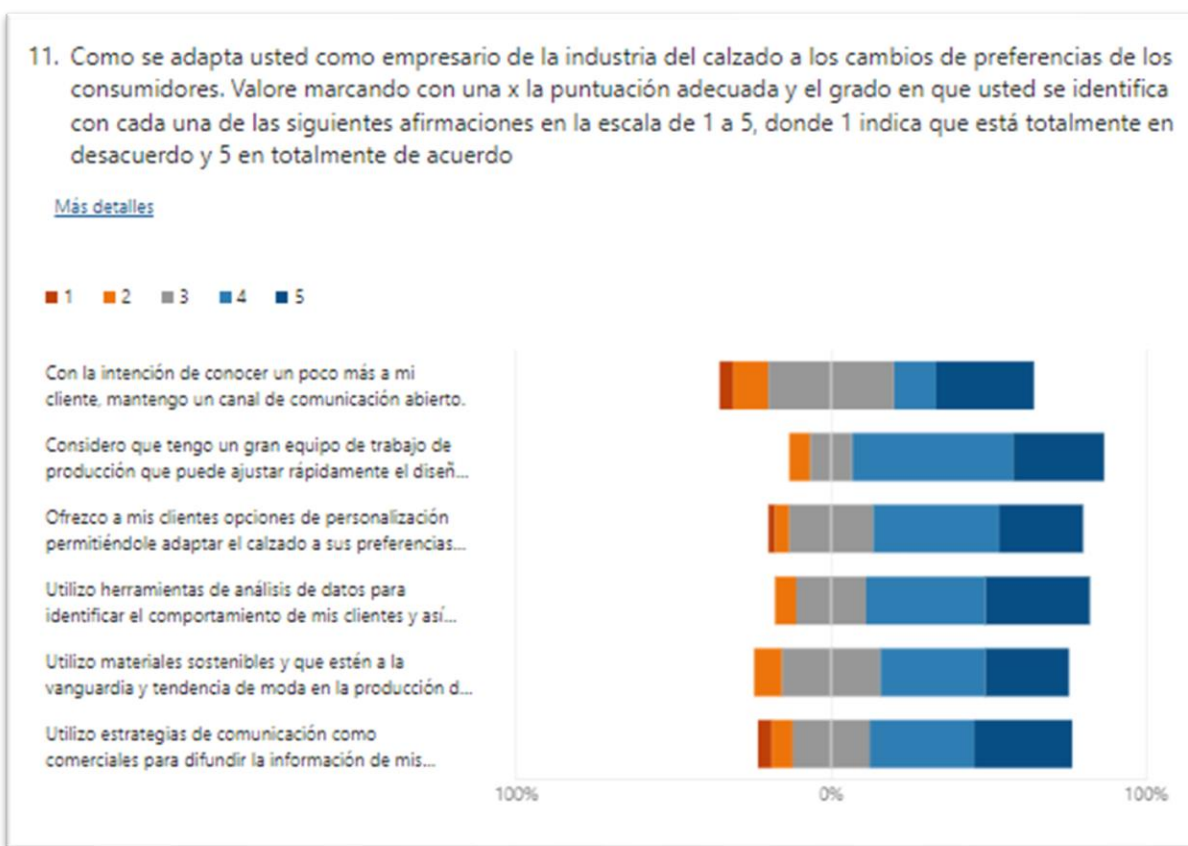


De acuerdo a la gráfica de barras en relación si los empresarios investigan el mercado para identificar las tendencias actuales y las necesidades no satisfechas de los consumidores el 40% están medianamente de acuerdo. De acuerdo a lo anterior, ofrecer a sus clientes la personalización del calzado de acuerdo a sus necesidades indicaron con un 37% están totalmente

de acuerdo. En relación a fomentar una cultura de innovación dentro de la empresa incentivando a los colaboradores en proponer nuevas ideas para el diseño del calzado los encuestados indicaron con un 42% que están de acuerdo. Finalmente el buscar opiniones de expertos en tendencia de calzado, que puedan aportar nuevas perspectivas para la creación de nuevos diseños los empresarios indicaron con un 49% que están de acuerdo.

Figura 11

Como se adapta usted como empresario de la industria del calzado a los cambios de preferencias de los consumidores

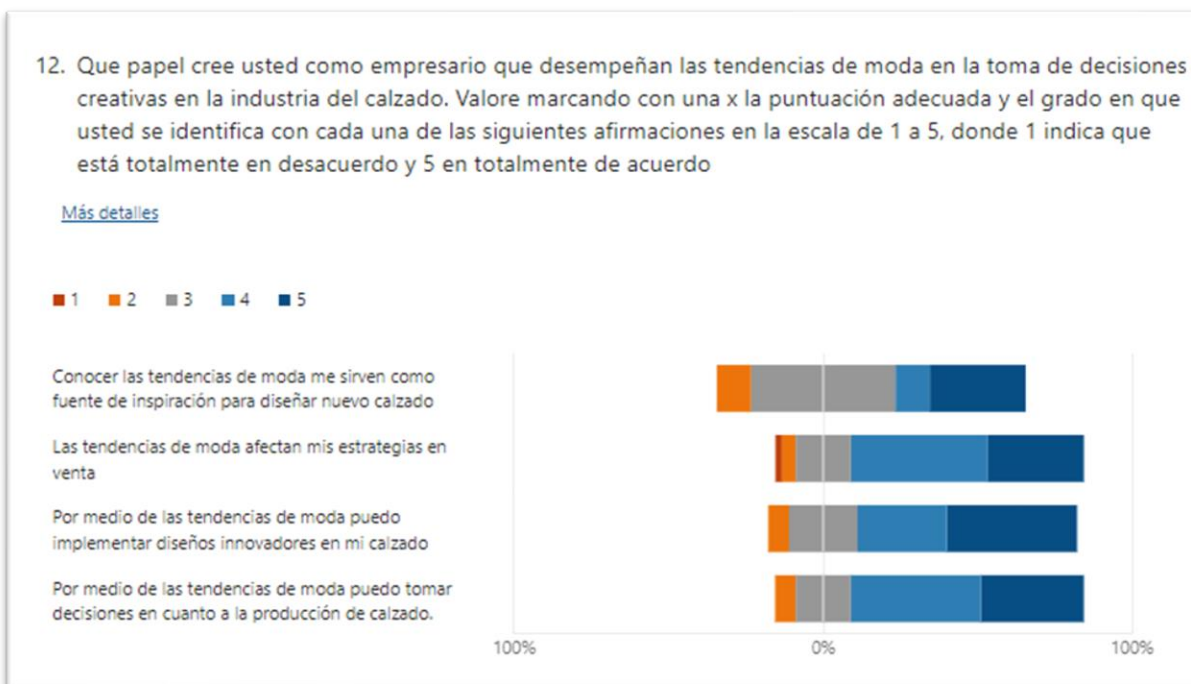


De acuerdo a la gráfica de barras en relación si ofrecen a sus clientes opciones de personalización permitiéndole adaptar el calzado a sus preferencias individuales indicaron con

un 40% que están de acuerdo de adaptarse a las preferencias de sus clientes. En relación a si utiliza estrategias de comunicación como comerciales para difundir la información de mis productos y hacerse conocer a un público más amplio los empresarios indicaron con un 33% que si consideran realizar este tipo de difusión de productos por diferentes medios de comunicación. Por otra parte, es importante mencionar que los empresarios con la intención de conocer un poco más a sus clientes mantienen un canal de comunicación abierto con un 40% indicaron que están medianamente de acuerdo, ya que hay clientes que son pocos sociales y no les gusta darse a conocer. En relación a que consideran que tienen un gran equipo de trabajo de producción que pueden ajustar rápidamente el diseño y la producción de calzado indicaron con un 51% que el equipo de trabajo se encuentra capacitado para adaptar el producto a la necesidad del cliente. Cabe resaltar que los empresarios de calzado indicaron con un 33% que están de acuerdo en Utilizar materiales sostenibles y que estén a la vanguardia y tendencia de moda en la producción de calzado. Finalmente los encuestados indicaron con un 51% que están de acuerdo en considerar que tienen un gran equipo de trabajo de producción que pueden ajustar rápidamente el diseño y la producción de calzado.

Figura 12

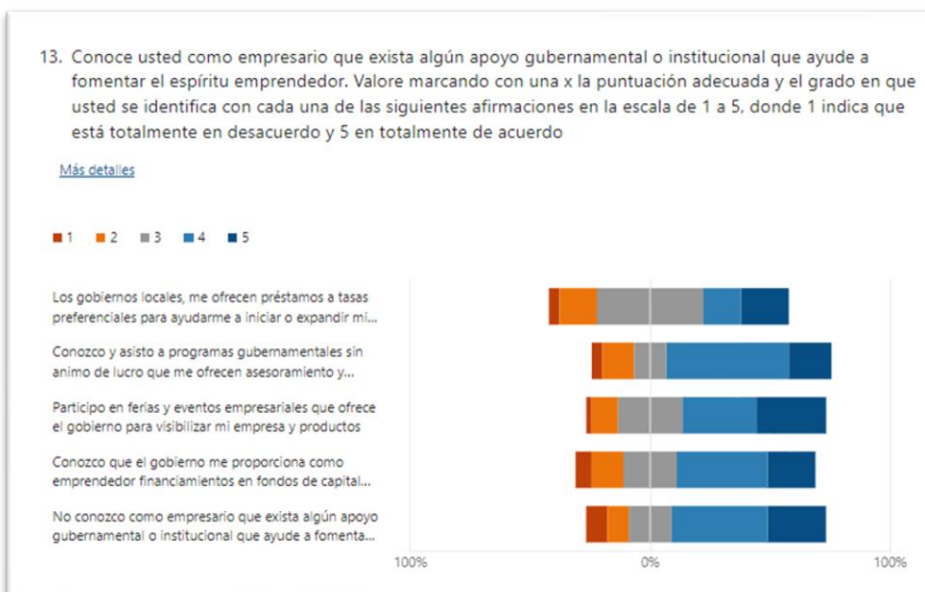
Que papel cree usted como empresario que desempeñan las tendencias de moda en la toma de decisiones creativas en la industria del calzado



De acuerdo a la gráfica de barras en relación si los empresarios conocen las tendencias de moda y le sirven como fuente de inspiración para diseñar nuevo calzado el 46% indicaron que están medianamente de acuerdo dicha respuesta puede ser consecuente a la edad promedio de los encuestados. En relación a las tendencias de moda, si afectan las estrategias en venta de los productos el 44% indicaron que están de acuerdo. Por medio de las tendencias de moda pueden los empresarios de calzado tomar decisiones en cuanto a la producción de calzado el 42% indicaron que están de acuerdo. Finalmente por medio de las tendencias de moda los encuestados con un 42% indicaron que están totalmente de acuerdo en tomar decisiones en cuanto a la producción de calzado.

Figura 13

Conoce usted como empresario que exista algún apoyo gubernamental o institucional que ayude a fomentar el espíritu emprendedor

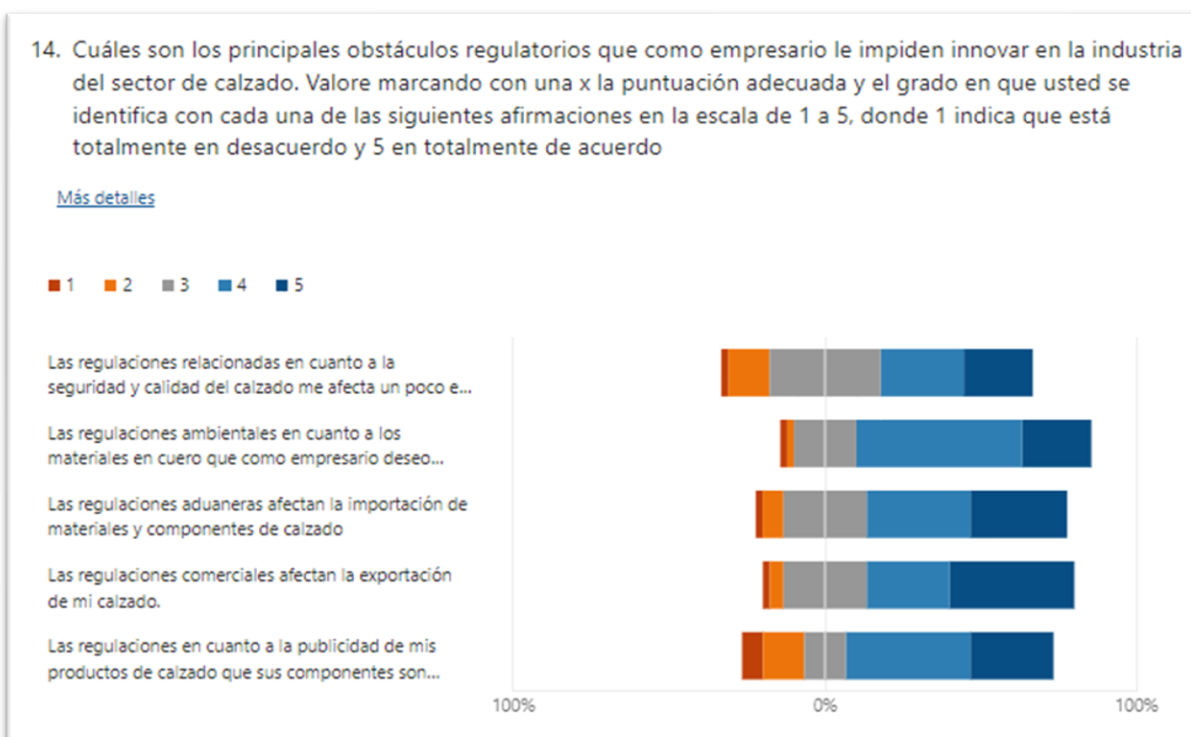


De acuerdo a la gráfica de barras se le pregunto a los encuestados si los gobiernos locales les ofrecen préstamos a tasas preferenciales para ayudarles a iniciar o expandir su negocio en la industria del calzado, indicaron con un 44% que están medianamente de acuerdo ya que estos incentivos económicos a pesar de que el gobierno lo destina al sector de la industria muchas veces no llegan. En relación a la pregunta si conocen y asisten a programas gubernamentales sin ánimo de lucro que me ofrecen asesoramiento y capacitación en aspecto claves para emprender y mejorar mis prácticas en la empresa indicaron con el 51% que están de acuerdo y asisten a estos programas donde exploran capacidades y habilidades para emprender en la industria. Por otra parte, con un 31% indicaron que están de acuerdo en participar en ferias y eventos empresariales que ofrece el gobierno para visibilizar su empresa y productos. En ese mismo orden de ideas, en relación a que si Conocen que el gobierno les proporciona como emprendedores financiamientos

en fondos de capital que les ayudan a fomentar su espíritu emprendedor en la industria de calzado la mayoría de los encuestados con un 37% que están de acuerdo, sin embargo indican que los trámites para recibir este tipo de beneficios son algo complejos ya que la gestión de solicitarlos y recibirlos es algo engorroso. Finalmente a los empresarios se les pregunto si conocen como empresarios que exista algún apoyo gubernamental o institucional que ayude a fomentar el espíritu emprendedor indicaron con un 40% que están de acuerdo y conocen este tipo de ayudas brindadas por el gobierno.

Figura 14

Cuáles son los principales obstáculos regulatorios que como empresario le impiden innovar en la industria del sector de calzado



De acuerdo a la gráfica de barras en relación a las regulaciones relacionadas en cuanto a la seguridad y calidad del calzado si afecta un poco el proceso de producción en cuanto a la

innovación de nuevos calzados los empresarios indicaron con un 35% que están medianamente de acuerdo con este tipo de restricciones. En relación a lo anteriormente mencionado, los empresarios indicaron con un 53% que están de acuerdo que Las regulaciones ambientales en cuanto a los materiales en cuero que como empresario deseo incorporar en los diseños de calzado son afectadas por el tipo de restricciones de algunos animales en especial y que de alguna razón afectan la producción de un calzado más exclusivo. Cabe resaltar que en relación a las regulaciones aduaneras afectan la importación de materiales y componentes de calzado, los empresarios encuestados indicaron con un 33% que este tipo de restricciones son un obstáculo en la producción del calzado, ya que algunos materiales necesarios tardan mucho en llegar a sus instancias. Frente a las regulaciones comerciales si afectan la exportación del calzado por parte de los empresarios, las personas encuestadas indicaron con un 40% que están totalmente de acuerdo que hoy en día como los TLC con ciertos países a veces son un obstáculo para dar a conocer sus productos internacionalmente. Finalmente los encuestados indicaron con un 40% están de acuerdo que las regulaciones en cuanto a la publicidad de sus productos de calzado que sus componentes son producidos por cuero de animales, pueden llegar a tener algún tipo de censura en las redes sociales.

Análisis de Resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada, podemos decir que el perfil del empresario de calzado del barrio de Restrepo – Bogotá es de género masculino entre una edad entre 31 años a 43 años en la mayoría de los casos con una educación entre tecnólogo, profesional, especialista y con una experiencia en la industria del calzado entre 3 años a 5 años. Cabe resaltar que las preguntas realizadas fueron construidas con base a las diferentes teorías propuestas por investigadores y académicos en cuanto a la creatividad e innovación con un enfoque empresarial.

En la industria del calzado un factor determinante es el calzado extranjero que compete directamente con el calzado nacional lo que a menudo genera afectaciones sustanciales tanto en la producción como comercialización de los productos. En ese mismo orden de ideas, otro factor determinante es el valor de la mano de obra y gastos generales en cuanto a la producción de calzado, ya que actualmente la mayoría de los materiales se traen de otras ciudades y a veces fuera del país. Es por esta razón, que el precio del dólar es una variable determinante para los empresarios de calzado del barrio de Restrepo de Bogotá – Colombia.

La influencia de la creatividad para incentivar el espíritu emprendedor en los empresarios de calzado es fundamental, ya que hoy en día muchos de ellos crean su calzado con diferentes estilos, colores características y demás elementos para atraer a consumidores e incrementar sus ventas. Por otra parte, es importante mencionar que actualmente las tendencias relacionadas a respetar el medio ambiente son importantes en la fabricación de calzado, debido a que la mayoría de las personas que hoy en día compran productos de dichas características le dan un mayor valor agregado por sus vidas y su respectivo uso siempre y cuando sus materiales de fabricación cumplan con los requerimientos mínimos exigidos según las directrices medio ambientales.

Por otra parte, en cuanto a la influencia de la innovación para incentivar el espíritu emprendedor en los empresarios de calzado, la capacidad de implementar metodologías disruptivas tanto en la producción como en la comercialización de productos tales como; implementación de técnicas de fabricación sostenible, uso de software para renderizar el calzado, e implementación de estrategias por medio de redes sociales son elementos fundamentales e innovadores que utilizan hoy en día el empresario de calzado en el barrio el Restrepo – Bogotá.

De acuerdo a lo anterior podemos decir que la pasión, comunicación efectiva y la perseverancia con características que sobresalen e identifican al empresario de calzado del barrio de Restrepo – Bogotá, ya que por medio de ellas proporcionan una visión sólida y clara frente a los objetivos empresariales propuestos por cada uno de ellos transformando un obstáculo en una oportunidad para cada uno de sus negocios.

Conclusiones

De acuerdo al objetivo de investigación; analizar cómo influye la creatividad e innovación en los emprendimientos de los empresarios de calzado del barrio de Restrepo de Bogotá – Colombia. Podemos interpretar que el emprendimiento en el sector del calzado se caracteriza por una constante búsqueda de innovación y adaptación a las demandas del mercado. En este contexto, los emprendedores se enfocan en investigar a fondo las tendencias actuales y las necesidades no satisfechas de los consumidores para desarrollar productos innovadores que respondan eficazmente a estas demandas. Además, reconocen la importancia de buscar opiniones de expertos en tendencias de calzado, quienes aportan nuevas perspectivas y enfoques para la creación de diseños innovadores, atractivos y creativos. Otro aspecto creativo e innovador que influye en el emprendimiento de los empresarios de calzado es la personalización de los productos que regularmente lo utilizan como una estrategia clave para satisfacer las necesidades individuales de los clientes, ofreciendo una experiencia única y personalizada. Asimismo, se promueve una cultura de innovación dentro de las empresas, donde se incentiva activamente a los colaboradores a proponer nuevas ideas y soluciones para el diseño del calzado, lo que impulsa la creatividad e innovación al momento de emprender en este tipo de nicho de mercado.

De acuerdo a lo anterior, podemos concluir que los factores claves y determinantes en la pasión emprendedora que desarrollan los empresarios en su éxito y sostenibilidad de los proyectos empresariales son la innovación, creatividad y la capacidad para asumir riesgos, para afrontar diferentes situaciones en las cuales como emprendedores puedan llegar a solventar por medio de dichas habilidades que de una u otra manera son importantes para sobresalir en un emprendimiento tanto local como internacional.

En cuanto a la innovación y creatividad, podemos concluir que los empresarios están totalmente de acuerdo en identificar las diferentes tendencias actuales a las necesidades de los consumidores, con la intención de innovar un calzado creativo en relación a las necesidades de sus clientes. Por esta razón, es importante que los medios gubernamentales apoyen no solo financieramente a los emprendedores que desean competir en el mercado del calzado sino a sus colaboradores en cuanto a capacitaciones frente al proceso de producción del calzado, en el cual por medio de estrategias innovadoras puedan fomentar habilidades tanto operativas como estratégicas. En resumen, la articulación de investigación de mercado, colaboración con expertos, personalización del producto y fomento de la innovación son pilares fundamentales para el éxito de los emprendedores en los emprendimientos del sector del calzado en el barrio de Restrepo de Bogotá – Colombia.

Recomendaciones

En primera instancia es importante definir el concepto del espíritu emprendedor Drucker (1985) lo relaciona como toda capacidad de identificar una oportunidad y por medio de ella generar un valor agregado. Adicionalmente identifica conceptos claves dentro de esa definición tales como; la creatividad e innovación como características fundamentales para toda persona que busca emprender. Por otra parte Stevenson (1983) define el espíritu emprendedor como la búsqueda de oportunidades que van más allá de los recursos controlados por un monopolio socioeconómico. Es por esta razón, que se seleccionó una muestra de cuarenta y cinco empresarios de calzado ubicados en uno de los barrios más conocidos y populares en la producción de calzado de cuero de alta calidad.

De acuerdo a Christensen (1997) en la teoría de la Innovación Disruptiva hace referencia a la incorporación de los servicios utilizando herramientas tecnológicas, con la intención de hacer los productos más sofisticados para los clientes. Lo anterior lo vimos reflejado en las siguientes afirmaciones; La innovación permite la creación de diseños de calzado más atractivos, funcionales y ergonómicos para los clientes y por otra parte, los diseñadores utilizan software permitiendo una fabricación más eficiente en cuanto a la fabricación de calzado para los clientes. De acuerdo a estas dos afirmaciones anteriormente mencionadas los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo, en relación a como la innovación por medios de técnicas y herramientas tecnológicas mejoran la calidad de su producto final en este caso el calzado y así mismo optimizan el servicio durante el ejercicio propuesto.

Por otra parte, es importante mencionar Schumpeter (2023) realiza sus aportes con la teoría de la Destrucción Creativa en la cual hace énfasis en los procesos de crear nuevos productos en un nicho de mercado ya establecido, pero con la intención de generar valor

agregado frente a la oportunidad presente interpretada por el empresario. Lo anteriormente mencionado, se ve reflejado en las siguientes afirmaciones; La innovación en técnicas de fabricación sostenible, como el reciclaje de materiales y la reducción de residuos, es fundamental para la creación de diseños de calzado más atractivos, funcionales y ergonómicos para los clientes y por otra parte en la siguiente afirmación; La innovación se centra en mejorar la comodidad, el rendimiento y la durabilidad del calzado, lo que lleva a la creación de productos de mejor calidad para los clientes. De acuerdo a las afirmaciones, los empresarios encuestados indicaron que están totalmente de acuerdo. En ese orden de ideas, es importante fomentar la innovación del producto, con la intención de romper el molde en un mercado altamente competitivo en relación al producto en el cual se oferta teniendo en cuenta los macroentornos en los cuales se desenvuelve y se relaciona la empresa.

En relación a la creatividad Sepúlveda (2015) indica que el espíritu emprendedor en América Latina se encuentra en una constante evolución, debido a que hoy en día las personas buscan emprender por medio de oportunidades que puedan aprovechar. De acuerdo a lo anterior en las siguientes afirmaciones; Como emprendedor me considero apasionado y tiendo a buscar soluciones originales para abordar problemas o necesidades específicas de mis clientes en el mercado y por otra parte, la creatividad desempeña un papel importante en la comercialización de los productos en la industria del calzado, la mayoría de los encuestados indicaron que se están de acuerdo. Por esta razón, podemos interpretar que por medio de la creatividad se busca fomentar una cultura emprendedora en pro de desarrollar y aportar la economía al país.

En ese mismo orden de ideas, Gardner (1993) propone la Teoría de las Inteligencias Múltiples, la cual se caracteriza por la capacidad del ser humano de generar ideas originales y novedosas que generen valor o una experiencia distinta. De acuerdo a los resultados obtenidos,

se les recomienda a los empresarios de calzado del barrio Restrepo – Bogotá mantenerse actualizados sobre las tendencias del mercado y las demandas de los consumidores. Así mismo es importante realizar estudios de mercado periódicos para identificar las necesidades no cubiertas de los clientes, lo que facilitará el desarrollo de productos que satisfagan verdaderamente las demandas del mercado. Además, es importante establecer relaciones con expertos en tendencias de calzado, como diseñadores o personas especializadas, con la intención que puedan aportar nuevas perspectivas y enfoques para la creación de diseños innovadores y creativos manteniendo así a la empresa y los productos a la vanguardia en cuanto al estilo y diseño.

Referencias Bibliográficas

- Amorós, J. E. (2012). *Emprendimiento en América Latina: un estudio de caso*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- [https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/168/red_2013.pdf?sequence=1](https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/168/red_2013.pdf?sequence=1)
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2010). *Successfully launching new ventures*.
- <https://www.pearsonhighered.com/assets/preface/0/1/3/4/0134891503.pdf>
- Branson, R. (2012). *Like A Virgin: Secrets They Won't Teach You at Business School*. Random House.
- [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ytXcxOJQgDQC&oi=fnd&pg=PA84&ots=5GbABaMMZg&sig=Pe5s_Ebe1EslnG27arUkaleW7Ag#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ytXcxOJQgDQC&oi=fnd&pg=PA84&ots=5GbABaMMZg&sig=Pe5s_Ebe1EslnG27arUkaleW7Ag#v=onepage&q&f=false)
- Campuzano, N. V., Ventura, N. C., & Tipantuña, L. T. (2021). Actitud positiva y su efecto en la capacidad de asumir riesgos de los emprendedores del cantón la libertad. *Journal of Business and Entrepreneurial Studies: JBES*, 5(2), 1-7.
- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7887993>
- Carrasco, R. I. (2016). *CREATIVIDAD Y MARKETING: Revisión de teorías, tipos e importancia de la creatividad en el campo del Marketing/CREATIVITY AND MARKETING: Review of theories, types and importance of creativity in the Marketing field*. *Palermo Business Review*, (14), 35.

[https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr14/PBR_14_03.pdf](https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr14/PBR_14_03.pdf)

Castrillón, M. A. G., & Mares, A. I. (2013). Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología: una revisión de literatura. *Dimensión empresarial*, 11(1), 45-60.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4714355>

Casarotto Filho, N., & Pires, L. F. (2019). Empreendedorismo: Conhecimento e transformação.

Atlas.

https://www.researchgate.net/publication/321982964_EMPREENDEDORISMO_NO_AMBITO_DA_ASSOCIACAO_NACIONAL_DE_PROTECAO_DE_CARROS_-_UM_ESTUDO_DE_CASO_NUMA_EMPRESA_DE_PROTECAO_VEICULAR_NA_CIDADE_DE_ITURAMA-MG

Chesbrough, H. (2020). Resultados de la innovación abierta: olvidémonos del sensacionalismo y volvamos al negocio (Vol. 65). Universidad de Deusto.

<https://n9.cl/p7c60>

Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press. <https://n9.cl/g3jl7>

Cooper, B., & Vlaskovits, P. (2014). *El emprendedor lean: cómo los visionarios crean nuevos productos, desarrollan proyectos innovadores y transforman los mercados*. Universidad Internacional de La Rioja (UNIR Editorial). <https://n9.cl/db87u>

Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: The work and lives of 91 eminent people*.

HarperCollins. <https://psycnet.apa.org/record/1998-08125-002>

- Csikszentmihalyi, M., Abuhamdeh, S., & Nakamura, J. (2005). Flow. Handbook of Competence and Motivation, 598-608. <https://www.oxbowschool.org/assets/gallery/os36-final-projects/docs/ben-c-os36paper.pdf>
- Damanpour, F. (2018). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators In Organizational Innovation (pp. 127-162). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780429449482-8/organizational-innovation-meta-analysis-effects-determinants-moderators-fariborz-damanpour>
- Dane (2017). [https://www.integracionsocial.gov.co/images/docs/2021/transparencia/ETIS_Localidad_15.pdf]
- De Bono, E., & Diéguez, R. D. (1988). Seis sombreros para pensar. Granica. <https://n9.cl/f7ebq>
- Drucker, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. HarperBusiness. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315747453/innovation-entrepreneurship-peter-drucker-joseph-maciariello>
- Drucker, P. (2014). Innovation and entrepreneurship. Routledge. <https://n9.cl/qatzh>

- Duarte, T., & Tibana, M. R. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, 15(43), 326-331.
<https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>
- Fuentes, M. (2021, 28 diciembre). 10 minutos con Carlos Kasuga. *Emprendedor | El medio líder de Emprendimiento y Negocios*. <https://emprendedor.com/10-minutos-con-carlos-kasuga/>
- Gardner, H. (1993). *Multiple Intelligences: The Theory in Practice*. Nueva York, Estados Unidos: Basic Books.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4690236.pdf>
- Gartner, W. B. (1990). What Are We Talking About When We Talk About Entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5(1), 15-28.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/088390269090023M>
- Grijalva, J. P. (2010). Liderazgo empresarial. *Polémika*, 1(3).
<https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/344>
- Guilford, J. P. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5(9), 444-454.
<https://psycnet.apa.org/record/1951-04354-001>](<https://psycnet.apa.org/record/1951-04354-001>)
- Hernández, S., & Pulido Marínez, A. (2011). *Gestión empresarial*. Obtenido de la gestión empresarial. Recuperado de:

https://web.archive.org/web/20210410053759id_/http://obsinvestigacion.unach.edu.ec/obrspositorio/libros/portadas/46/CONTABILIDAD_COSTOS_Y_FINANZAS%20.pdf

Leite, E., Correia, E. B., & Sánchez-Fernández, M. D. (2015). El espíritu emprendedor: condicionantes para la innovación. *Holos*, 5, 278-291.

<https://www.redalyc.org/pdf/4815/481547288024.pdf>

Mangelsdorf, M. E. (2009). Clayton Christensen: "Son buenos tiempos para la innovación disruptiva". *Harvard Deusto Business Review*, (181), 4-9.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3026163>

Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). Medición de las competencias del emprendedor: desarrollo y validación de un instrumento. *Revista de Psicología Social*, 21(3), 269-280.

[https://www.researchgate.net/publication/303985028_El_perfil_psicosocial_del_emprendedor_un_estudio_desde_la_perspectiva_de_genero](https://www.researchgate.net/publication/303985028_El_perfil_psicosocial_del_emprendedor_un_estudio_desde_la_perspectiva_de_genero)

Ornelas, C. E. C., González, L. E. C., Olvera, M. D. L. Á. S., & Rodríguez, M. D. C. L. (2015).

El espíritu emprendedor y un factor que influencia su desarrollo temprano. *Conciencia Tecnológica**, (49), 46-51. <https://www.redalyc.org/pdf/944/94438997006.pdf>

Orr, G. (2003). *Diffusion of innovations*, by Everett Rogers (1995). Retrieved January, 21, 2005.

<https://n9.cl/yzg2x>

- Parra, L. B. (2003). Espíritu empresarial, creatividad empresarial. Un nuevo reto. In Anales de la Universidad Metropolitana (Vol. 3, No. 2, pp. 133-156). Universidad Metropolitana.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4003768>
- Piedras, E. (2017). El espíritu emprendedor en África: Impacto económico y social. Revista Africana de Economía*, 15(2), 45-60.
<https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/29514/1/978-956-8416-52-2.pdf>
- Porter, M. (1999). Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones (10th ed.).
[<https://n9.cl/15w7yc>] <https://n9.cl/15w7yc>
- Proaño, L. F. H. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. Alternativas, 15(1), 46-50. <http://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-alternativas/index.php/alternativas-ucsg/article/view/8>
- Robinson, K., & Aronica, L. (2012). El elemento (prólogo de Eduard Punset): Descubrir tu pasión lo cambia todo. DEBOLS! LLO. <https://n9.cl/s9i72>
- Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Harvard University Press.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00343404.2017.1278975>
- Schumpeter, J. A. (1942). Capitalism, Socialism, and Democracy. Nueva York, Estados Unidos: Harper & Brothers. <https://periferiaactiva.files.wordpress.com/2015/08/joseph-schumpeter-capitalism-socialism-and-democracy-2006.pdf>
- Schumpeter, J. A. (2023). Capitalismo, socialismo e democracia. Edipro. <https://n9.cl/zngek>
- Sepúlveda, F. (2015). El emprendedor latinoamericano: ¿nace o se hace? Santiago, Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
<http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n2/v12n2a08.pdf>

- Stevenson, H. H. (1983). A Perspective on Entrepreneurship. *Harvard Business School, 9-101-011. <https://lc.cx/oPxS1Z>
- Tan, J. P. (2010). Entrepreneurship and the Asian Economic Miracle. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 6(1), 2-
<https://www.davidpublisher.com/Public/uploads/Contribute/5513a2dd4f2d0.pdf>
- Tushman, M. L., & Anderson, P. (2018). Technological discontinuities and organizational environments. In *Organizational Innovation* (pp. 345-372).
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780429449482-17/technological-discontinuities-organizational-environments-michael-tushman-philip-anderson>
- Wong, P. K. (2007). Entrepreneurship: Insights from Asia. *Small Business Economics*, 29(1-2), 1-7. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9026-4>