



**Estrategias para Superar la Falta de Innovación y Fomentar el Crecimiento  
Empresarial en Bogotá Zona Centro.**

**Presentado por:**

**Daniel Eduardo Ortiz Rodriguez.  
Maily Paola Castillo Garzon.  
Andres Felipe Velasco Manzo.**

**Instructor Edgar Miguel Hernandez Hernandez.**

**Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.  
Facultad de Administración y Economía.  
Programa de Administración de Empresas Comerciales.  
2023.**



**Estrategias para Superar la Falta de Innovación y Fomentar el Crecimiento  
Empresarial en Bogotá Zona Centro.**

**Working Paper**

**Presentado por:**

**Daniel Eduardo Ortiz Rodriguez.**

**Maily Paola Castillo Garzon.**

**Andres Felipe Velasco Manzo.**

**Instructor Edgar Miguel Hernandez Hernandez.**

**Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.  
Facultad de Administración y Economía.  
Programa de Administración de Empresas Comerciales.  
2023.**

## Resumen

Este estudio se ha enfocado en la identificación de las principales razones que frenan a las empresas a la hora de presentar ideas innovadoras a sus clientes. Se ha observado un patrón común en muchas organizaciones locales, que muestran una preferencia por mantener el status quo actual en lugar de aventurarse en la exploración de las oportunidades que ofrece un mercado en constante evolución. En esencia, el temor a la quiebra se define como un obstáculo significativo en el camino del progreso para estas empresas de la zona y del país, este proyecto de investigación se presenta como una propuesta que puede proporcionar una alternativa beneficiosa para dichas organizaciones, especialmente en un entorno empresarial cada vez más cambiante, competitivo y exigente, donde la innovación se ha vuelto no solo deseable sino también esencial. Las empresas que opten por mantenerse estáticas o se resistan a la presentación de cambios innovadores corren el riesgo real de caer en la bancarrota, ya que hemos establecido este punto de partida crítico, nuestro enfoque se centrará en la implementación de diversas estrategias en las empresas que se sometan al análisis. Durante este proceso, se prestará atención a una serie de aspectos clave que influyen en la toma de decisiones empresariales. Entre estos aspectos clave se incluyen la generación de ideas innovadoras y la definición de segmentos de público objetivo, el acceso a financiación especializada, y, en última instancia, la creación de productos innovadores. Es importante destacar que todas estas estrategias y enfoques se adaptarán cuidadosamente a la naturaleza única de cada organización, teniendo en cuenta sus necesidades individuales y sus capacidades. El objetivo final es proporcionar un marco sólido que garantice la seguridad en la toma de decisiones, permitiendo a estas empresas avanzar con confianza en el desarrollo de productos e ideas innovadoras que, en última instancia, les brindarán una ventaja competitiva en la zona.

Palabras clave: Innovación empresarial, quiebra, estrategias empresariales, generación de ideas, grupos objetivos, financiación empresarial, productos innovadores, ventaja competitiva.

### **Abstract**

This study has focused on identifying the main reasons that stop companies from presenting innovative ideas to their clients. A common pattern has been observed in many local organizations, which show a preference for maintaining the current status quo rather than venturing into exploring the opportunities offered by a constantly evolving market. In essence, the fear of bankruptcy is defined as a significant obstacle in the path of progress for these companies in the area and the country, this research project is presented as a proposal that can provide a beneficial alternative for these organizations, especially in an increasingly changing, competitive and demanding business environment, where innovation has become not only desirable but also essential. Companies that choose to remain static or resist introducing innovative changes run the real risk of falling into bankruptcy. Since we have established this critical starting point, our focus will be on the implementation of various strategies in companies that undergo analysis. During this process, attention will be paid to a number of key aspects that influence business decision-making. These key aspects include the generation of new and creative ideas, the definition of specific target groups, access to specialized financing, and, ultimately, the creation of innovative products. Importantly, all of these strategies and approaches will be carefully tailored to the unique nature of each organization, taking into account its individual needs and capabilities. The ultimate goal is to provide a solid framework that ensures security in decision-making, allowing these companies to move forward with confidence in the development of innovative products and ideas that will ultimately give them a competitive advantage in the area.

Keywords: Business innovation, bankruptcy, business strategies, idea generation, target groups, business financing, innovative products, competitive advantage.

## Tabla de Contenido.

Resumen.....	3
Abstract.....	5
Tabla de Contenido.....	7
Introducción .....	9
¿La importancia del tema de investigación? .....	11
¿Por qué es importante este estudio?.....	11
Objetivo.....	12
Señalización de la temática .....	12
Relación entre la investigación y el mercadeo.....	13
Objetivo planteado para el desarrollo.....	13
Antecedentes .....	14
Objetivo General .....	17
Objetivos específicos.....	17
Estado Del Arte.....	18
Marco Teórico .....	18
¿Qué es la innovación?.....	18
¿Qué es desarrollo organizacional?.....	18
Delimitación geográfica.. .....	21
Delimitación social.....	22
Desarrollo.....	23
Recolección y Análisis de la Información .....	26
¿Cómo se está Abordando esta Problemática? .....	27
Impacto de la falta de ideas dentro de los mercados emergentes.....	27
Análisis de Problemáticas .....	30
Búsqueda y Selección de Alternativas para Potenciar la Innovación .....	31
Establecer un Espacio Dedicado a la Innovación.....	31
Soluciones al Problema de Investigación.....	34
Fomentar la innovación. ....	34
Ideas nuevas y creativas. ....	34
Inversión en tecnología. ....	34
Desarrollo de talento.....	35

Participación en la comunidad. ....	35
Personalización y experiencia del cliente.....	35
Sostenibilidad y responsabilidad social.....	35
Investigación de mercado y tendencias. ....	36
Agilidad y flexibilidad.....	36
Diplomado.....	36
Conclusiones.....	39
Referencias.....	41
Anexos .....	45
Entrevista.....	45
Respuesta entrevista .....	45
Apreciaciones de entrevista.....	50
Apreciación Fomentar las alianzas estratégicas .....	51
Apreciación Enfoque en la capacitación y formación del recurso humano .....	51

## Introducción

La innovación, en la actualidad, se ha definido como un componente fundamental para impulsar el progreso de un país. Representa el epicentro de un cambio estructural significativo que influye en múltiples aspectos de la sociedad y la economía. Se puede concebir como el motor que impulsa el desarrollo y la competitividad a nivel nacional e internacional. Sin embargo, es evidente que la falta de un compromiso decidido hacia la innovación, tanto en las políticas públicas como por parte de los empresarios, es un factor subyacente detrás de las carencias que aquejan al país.

Para abordar eficazmente este desafío, es crucial establecer una base sólida que permita aumentar significativamente el índice de innovación en el país concentrándose en Bogotá zona centro. Este proceso requiere un análisis exhaustivo y minucioso de la problemática relacionada con los bajos niveles de innovación en diversos ámbitos de la sociedad y la economía

La implementación de un enfoque de mejora en la innovación puede resultar atractiva para diversas instituciones, ya que permitiría a un gran número de estudiantes orientar sus proyectos emprendedores hacia la generación y difusión de nuevas ideas. Esto, a su vez, contribuiría a fomentar la perseverancia en la creación y desarrollo de proyectos innovadores. Además, para los emprendimientos ya existentes o las pequeñas empresas, esta iniciativa podría ser una oportunidad para examinar sus debilidades y fortalecerse, incorporando la generación de nuevas ideas como parte integral de sus actividades comerciales.

El objetivo principal de este proyecto es promover la creatividad y la participación ciudadana en Colombia. Para ello, se busca superar las barreras tradicionales y fomentar el trabajo conjunto para generar soluciones innovadoras que contribuyan al bienestar de la sociedad y aborden los retos presentes y futuros.

Para lograr este propósito y despertar un mayor interés en la innovación, se llevará a cabo un análisis exhaustivo de los principales obstáculos que enfrenta el país y la zona de estudio, donde encontramos una mayor concentración de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs). El propósito final es proponer soluciones prácticas y aplicables que puedan convertirse en herramientas efectivas para impulsar la innovación y contribuir al crecimiento sostenible y al bienestar de la población.

## **¿La importancia del tema de investigación?**

En el presente año 2023, nos hallamos inmersos en una era caracterizada por un flujo constante de cambios. En este entorno dinámico, la inmovilidad y la resistencia al progreso tienen implicaciones drásticas para las empresas. Estas implican una disminución en las ventas, la pérdida de clientes, el rezago y una posición desfavorable en comparación con los competidores. Mantenerse en la misma línea de actuación puede llevar a la organización al fracaso o incluso a su desaparición.

Por tanto, se ha vuelto imprescindible que las empresas adopten una mentalidad innovadora. La innovación se ha establecido como un imperativo, ya que consideramos que constituye uno de los elementos cruciales para determinar el éxito empresarial en el contexto actual.

"Las pequeñas empresas juegan un papel importante en la innovación. Son más ágiles y flexibles que las grandes empresas, y pueden responder más rápidamente a las nuevas oportunidades" (Linton y Solomon, 2017, p. 199).

De acuerdo con Peiró, R. (2019). "Es esencial tener buenas ideas como base, pero después hay que saber cómo trasladar esas ideas al público en forma de producto, en cuestiones promocionales, o comerciales."

## **¿Por qué es importante este estudio?**

Según Gutiérrez, M. A. R., Padilla-Oviedo, A., & Riojas, R. M. (2019). "La innovación guarda una estrecha relación con el crecimiento económico" y el ámbito empresarial. Implica el perfeccionamiento de lo existente mediante la introducción de nuevas alternativas que satisfagan las demandas de los clientes, o alternativamente, la creación de

Citando a *La innovación de productos y su importancia para las empresas*. (2023, 19 abril). quienes afirman que “la innovación de productos es fundamental para las empresas que pretenden liderar el mercado de su sector. En un momento de máxima competencia, la única manera de destacar es creando productos innovadores que sean capaces de impresionar gracias a sus características únicas”. Productos totalmente innovadores que tienen la finalidad de alcanzar un reconocimiento en el mercado. Para lograr este propósito, resulta esencial contar con un conocimiento profundo de los productos, el mercado, el valor que la empresa aporta y las necesidades de los consumidores. A partir de esta base de conocimiento, es factible identificar y ejecutar una serie de modificaciones y mejoras con el propósito de innovar en los productos. De esta manera, se busca que sean valiosos en el mercado y contribuyan a posicionar a las organizaciones y generar utilidades.

### **Objetivo**

Crear y aplicar tácticas dirigidas a las empresas con el fin de estimular la innovación y la creatividad dentro de los equipos laborales. Esto les permitirá mantenerse a la vanguardia en términos tecnológicos, sociales y culturales, lo que les asegurará una posición competitiva como compañías innovadoras de productos o servicios.

### **Señalización de la temática**

La temática a tratar es la falta de innovación en las empresas, y incentivar la implementación de actividades que puedan estimular la creatividad en sus colaboradores para que de esta misma manera puedan incrementar la innovación en los productos o servicios ofrecidos. “in the specific case of R&D as a firm’s innovation determinant, fundamental advances have been made in the last two decades, enriching our understanding of its impact on various innovation outcomes”. (Ortiz-Henríquez et al., 2023). [ “En el caso específico de

la I+D como determinante de la innovación de una empresa, se han logrado avances fundamentales en las últimas dos décadas, enriqueciendo nuestra comprensión de su impacto en diversos resultados de la innovación.”. (Traductor google.)]

### **Relación entre la investigación y el mercadeo.**

La relación de nuestra investigación del caso de estudio en la falta de la innovación de las empresas está netamente ligada al mercadeo ya que la innovación es un factor enlazado al éxito de los productos y servicios desarrollados,

En la actualidad, la creatividad e innovación no se pueden dejar al margen en las empresas, pues dichos elementos contribuyen al potenciamiento comercial, el crecimiento económico, el empoderamiento de las marcas, los productos, los bienes y servicios de las compañías y la incursión en nuevos mercados. (Zuñiga, E. C. 2018).

### **Objetivo planteado para el desarrollo**

Un problema que gradualmente ha salido a la luz con el paso del tiempo, esto se debe a las transformaciones radicales que ha experimentado el mercado. Esto es aún más evidente considerando los recientes sucesos después de la pandemia que afectó globalmente. Nos hemos visto compelidos a modificar nuestro paradigma y enfoque sobre cómo concebimos nuevas iniciativas empresariales. El impacto de la pandemia nos ha impulsado a buscar un pensamiento más innovador. Con este contexto en mente, el propósito de esta investigación consiste en detectar las deficiencias que han emergido gradualmente, causando ciertos obstáculos en el progreso de nuevos servicios y productos. La falta de políticas de parte de los gobque lleven a que los grandes empresarios de una u otra forma apoyan muchas de las

nuevas ideas y que hagan frente a los cambios que ha tenido el mercado, han generado una percepción de poco apoyo entre los nuevos emprendedores que tienen que recurrir a diferentes alternativas como opciones de financiamiento, sin embargo muchos han concluido en que muchas veces tienen que desistir debido a la falta de opciones.

El propósito central de este paper es desarrollar enfoques con el fin de que distintas categorías de organizaciones en Bogotá puedan mantenerse actualizadas en términos tecnológicos, sociales y culturales. Se persigue la meta de convertirlas en empresas competitivas e innovadoras en la esfera de productos o servicios. Además, se pretende establecer cimientos sólidos para estimular la iniciativa de nuevos procesos de innovación, lo cual incentivará a las empresas a respaldar nuevas ideas y proyectos emergentes.

### **Antecedentes**

El primer trabajo corresponde a el Dr Eduardo Santiago Bernasconi quien realizó la investigación de su tesis doctoral en el año 2015, donde nos da a conocer sobre la innovación y la competitividad empresarial, en este trabajo se tocaron teorías sobre el desarrollo endógeno del aprendizaje que permite evidenciar un enfoque sistemático de la innovación empresarial, También observamos que aplican con regularidad teorías y principios científicos que surgen en entornos de laboratorio. A diferencia de la innovación, que se fusiona frecuentemente con la creatividad, la cual representa la exploración imaginativa de nuevas ideas que deben ser sometidas a verificación y desarrollo. Por el contrario, la innovación suele implicar la mezcla única de componentes previamente familiares.

Esta investigación tiene por objetivo examinar las conexiones entre las empresas del ámbito industrial y tecnológico, poniendo un enfoque particular en su influencia en los

procedimientos innovadores internos. La metodología adoptada integra tanto enfoques cuantitativos como cualitativos, distribuidos en dos etapas distintivas.

Etapa 1: Indagación inicial basada en información estadística, análisis de documentos y conversaciones con figuras relevantes en los ámbitos de innovación, educación profesional y empleo en la zona.

Etapa 2: Análisis de situaciones específicas mediante la elección de compañías colaboradoras y ex alumnos, empleando el método de la entrevista semiestructurada.

Además, el estudio revela que el proceso de globalización ha ocasionado la amplia disponibilidad de tecnologías y equipos más eficientes, accesibles para cualquier compañía a nivel global. Como resultado, en la actualidad, cualquier empresa tiene la capacidad de producir artículos de alta calidad a costos reducidos. Esto implica que la ventaja competitiva ya no solo radica en los productos, sino que se extiende a áreas productivas adicionales, como los salarios de los empleados y las inversiones en seguridad laboral y en la mitigación de la contaminación. La innovación empresarial, por lo tanto, emerge como un recurso excepcional para obtener una ventaja competitiva frente a la competencia. “Competitive advantages shift dynamically as business models adapt to new market realities, and the core capabilities that made an organization distinctive may suddenly be less differentiating”. (2020, 17 junio McKinsey & Company). [“ Las ventajas competitivas cambian dinámicamente a medida que los modelos de negocios se adaptan a las nuevas realidades del mercado, y las capacidades centrales que hicieron distintiva a una organización pueden de repente ser menos diferenciadoras”. (Traductor google).]

La investigación llevada a cabo permite deducir que una mayor incorporación del sistema de educación vocacional conduce a una orientación más sólida del sistema educativo hacia las necesidades del sistema productivo, ya que los estudios realizados demostraron que si se realiza una apuesta más grande a los centros de educación formativa para el empleo, a nivel territorial esto permitirá mejorar la innovación y creatividad en los profesionales que a futuro estarán ejerciendo labores en estas empresas industriales y de tecnología.

"La orientación al mercado es un enfoque estratégico que implica centrarse en las necesidades y deseos de los clientes para desarrollar y ofrecer productos y servicios que satisfagan esas necesidades" (Ma et al., 2021, p. 2).

La metodología que ha utilizado en esa investigación es un método de investigación mixto combinando procesos cuantitativos y complementando con una metodología más cualitativa en un porcentaje mucho menor, adoptando un Método cuantitativo de análisis: Este enfoque se basa en el uso de datos numéricos y estadísticas para comprender las frecuencias, promedios y relaciones (en estudios descriptivos), o los vínculos de causa y efecto (en experimentos).

De igual manera también agrega que a pesar de que estos resultados en las diferentes organizaciones analizadas, resulta difícil comparar los datos de diferentes organizaciones en diferentes países debido a que las condiciones dadas son totalmente diferentes debido al contexto macroeconómico de cada país y organización. (Del rio,cobian) "Como los datos usados no son comparables, es imposible saber si estas diferencias se derivan de las

## **Objetivo General**

Desarrollar y presentar un conjunto de estrategias destinadas a diversas categorías de organizaciones ubicadas en la zona central de la ciudad de Bogotá. Estas estrategias tienen como propósito primordial permitir a estas organizaciones mantenerse actualizadas en términos tecnológicos, sociales y culturales, con el fin de alcanzar un nivel de competitividad e innovación destacado en la creación y oferta de artículos y servicios.

## **Objetivos específicos.**

- Fomentar la creatividad en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) mediante la aplicación de diversas tácticas que promuevan el pensamiento creativo en el entorno organizacional.
  
- Estimular el establecimiento de nuevas empresas fundadas en proyectos y productos absolutamente novedosos en el mercado, contribuyendo así al crecimiento empresarial.

## Estado Del Arte

### Marco Teórico

**¿Qué es la innovación?.** La innovación en una organización se refiere al proceso de introducción de innovaciones en productos, servicios, procesos o modelos de negocio que generan valor para los clientes y mejoran la eficiencia y la rentabilidad de la empresa.

Talenmo. (2023). “En este sentido, innovar se ha convertido en una necesidad, llegando a considerarse como el verdadero motor de la empresa.”

**¿Qué es desarrollo organizacional?.** Es un enfoque planificado y sistemático para mejorar el funcionamiento y la eficacia de una organización a través de un cambio planificado y controlado. Citando a (Laoyan, S. 2023, 6 mayo). “(DO) es un área de investigación de la ciencia del comportamiento centrada en mejorar cómo trabajan las personas. Su objetivo es mejorar los procesos de un negocio o establecer nuevos si el equipo decide hacer cambios.”

En el ámbito de la estrategia empresarial, Hidalgo resalta que la innovación abarca mucho más que la simple adopción de nuevas tecnologías; también implica la creación de métodos y enfoques novedosos que, en apariencia, podrían parecer insignificantes. La innovación se manifiesta a través de la concepción de un producto completamente nuevo, la optimización de un proceso de producción, la adopción de un enfoque innovador en las ventas, la reinención de las prácticas de capacitación y la reestructuración de la organización empresarial. Según Hidalgo y García (2018), "Los países triunfan cuando las circunstancias locales impulsan a las compañías a adoptar estas estrategias a tiempo y con dinamismo". (pág. 117).

El desarrollo organizacional se basa en la idea de que el cambio es inevitable y que las organizaciones deben ser capaces de adaptarse y evolucionar para seguir siendo competitivas y eficientes. Así, el desarrollo organizacional fomenta la innovación, la creatividad, el aprendizaje continuo y la mejora continua.

La falta de crecimiento en las organizaciones puede ser causada por varios factores, entre los que se encuentran:

- **Falta de innovación:** La falta de innovación puede hacer que la empresa no pueda presentar propuestas frescas de productos o servicios que respondan a las demandas existentes en el mercado. Es importante que las empresas estén en constante evolución y mejora, siempre buscando nuevas formas de hacer las cosas y mejorando sus productos o servicios.
- **Falta de estrategia clara:** En ausencia de una estrategia concreta y bien delineada, una empresa corre el riesgo de extraviarse en cuanto a la dirección que debe seguir para su desarrollo y expansión. Una estrategia definida se torna esencial para canalizar de manera adecuada los recursos y esfuerzos hacia los objetivos pertinentes.
- **Falta de liderazgo efectivo:** El liderazgo es clave en cualquier empresa. Si la empresa carece de líderes efectivos, puede haber una falta de motivación y dirección clara para los empleados. Los líderes deben ser capaces de inspirar y motivar a los empleados para que trabajen juntos y alcancen los objetivos de la empresa.
- **Falta de recursos adecuados:** La falta de recursos, tanto financieros como humanos, puede impedir el crecimiento de una empresa. Es importante que la empresa tenga los recursos necesarios para implementar nuevas estrategias y llevar a cabo nuevos proyectos.

- Falta de adaptabilidad: Las empresas que no pueden adaptarse a los cambios del mercado pueden perder oportunidades y no crecer. La adaptabilidad es importante para que las empresas puedan responder a las necesidades cambiantes del mercado y mantenerse relevantes.

Para abordar la falta de expansión en las empresas, proponemos la implementación de estrategias que abarquen innovación, liderazgo efectivo, flexibilidad y la utilización eficaz de recursos. Asimismo, resulta fundamental llevar a cabo una minuciosa evaluación de los obstáculos que puedan estar limitando el crecimiento y diseñar un plan para superarlos. En este proceso, nos basamos en los conceptos teóricos de diversos autores a lo largo de la historia que nos han proporcionado modelos óptimos para guiar a las empresas hacia la consecución de sus metas.

Teoría de la innovación disruptiva de Clayton Christensen: Según esta teoría, la innovación disruptiva se materializa cuando una empresa lanza al mercado un producto o servicio que en un principio posee una calidad inferior a la de los productos ya existentes. No obstante, con el paso del tiempo, dicho producto mejora y se vuelve más económico, lo que le posibilita captar una porción del mercado y, finalmente, desplazar a los competidores arraigados. Como afirma Guskoi. (2019, 23 agosto). “El problema es que las empresas líderes, a pesar de realizar correctamente toda la estrategia para permanecer, suelen olvidar que todo cambia permanentemente. Ese es el meollo del dilema del Innovador de que habla Christensen, *“hacer las cosas bien puede llevar al fracaso”*.”

Teoría del cambio organizacional de Kurt Lewin: Esta teoría sostiene que el cambio organizacional requiere tres fases: descongelamiento (reconocimiento de la necesidad de cambio), cambio (implementación de la innovación) y recongelamiento (consolidación del cambio).

Modelo de creatividad de Teresa Amabile: Este modelo sostiene que la creatividad en el trabajo depende de tres factores: habilidades relevantes, motivación y ambiente de trabajo favorable.

Teoría de la contingencia de Lawrence y Lorsch: Esta teoría sostiene que la forma de organizar y gestionar una empresa depende del entorno en el que opera y de las demandas específicas del mercado, lo que implica que la innovación debe ser ajustada de acuerdo a las particularidades y requisitos individuales de cada entidad.

Desde el punto de vista de Melara, M. (2023, 7 febrero). “Explicó que un comportamiento operante actúa en su medio ambiente para producir una consecuencia y a su vez el es moldeado, mantenido, reforzado o cambiado por estas consecuencias.”

En el modelo de gestión de la innovación propuesto por Gary Hamel, se plantea que la innovación debe ser una parte fundamental de la empresa, abarcando todos los departamentos y niveles de la organización. Además, se destaca que la estrategia de innovación debe estar en sintonía con la estrategia global de la empresa.

**delimitación geográfica.** Con el fin de abordar exhaustivamente la problemática en cuestión, es fundamental establecer una delimitación geográfica a nivel local, que, para nuestra investigación focalizamos en la zona central de Bogotá.

Al seleccionar una restricción geográfica centrada en la zona del Centro de Bogotá. Esta delimitación abarca áreas en las localidades 3 y 17, correspondientes a las alcaldías locales de Santa Fe y La Candelaria. Se busca un análisis más específico y fundamentado sobre las deficiencias en la innovación organizacional. Esta estrategia orientada hacia la obtención y aplicación de datos estadísticos permitirá una comprensión más precisa de los

desafíos presentes en el entorno empresarial, allanando el camino para soluciones estratégicas más efectivas.

**delimitación social.** Enfoque: Exploramos formas de superar la falta de innovación en la zona centro de Bogotá y promover el crecimiento de las empresas. Para hacerlo, analizaremos tanto los contextos geográficos como las políticas gubernamentales. A continuación, buscaremos establecer planes de investigación con segmentos específicos de la zona centro de la ciudad para desarrollar proyectos y diseñar estrategias que fortalezcan las bases del desarrollo, la creatividad y la innovación. Estos proyectos incluirán medidas colaborativas con entidades gubernamentales y el sector privado, con la intención de establecer un ambiente favorable para fomentar la creatividad y la innovación dentro de la comunidad. Asimismo, estimular la exploración y la concepción de novedosos productos o tecnologías, junto con la utilización de ideas emergentes para evitar que queden desaprovechadas y puedan ser implementadas en proyectos empresariales que se materialicen en el corto y mediano plazo.

## Desarrollo

En el mundo actual, la innovación empresarial se ha convertido en un término de moda, una búsqueda perpetua de la próxima gran idea que transformará mercados y revolucionará industrias. Sin embargo, para comprender verdaderamente la dinámica de la innovación en el centro neurálgico de Bogotá, es crucial desentrañar los matices que a menudo pasan desapercibidos en el análisis cotidiano.

En el centro de Bogotá, reside un tejido empresarial variado y dinámico. Una peculiaridad que salta a la vista es el alto número de empresarios que han elegido establecerse en esta región, en comparación con otras áreas de la ciudad. Este fenómeno aparentemente contradice la noción tradicional de que el mercado está dominado por gigantes corporativos. Sin embargo, es fundamental recordar que la cantidad no siempre significa la calidad.

Esta concentración inusual de emprendedores puede atribuirse a varios factores. Uno de ellos es la proximidad a las instituciones académicas y centros de investigación de renombre que impulsa el espíritu emprendedor y fomenta la formación de nuevas empresas. Además, la diversidad cultural y la energía creativa que emanan de las calles de Bogotá a menudo actúan como catalizadores para la incubación de ideas innovadoras.

A pesar de la aparente efervescencia emprendedora, un análisis más profundo revela una perspectiva intrigante. Si bien el número de empresas puede ser impresionante, la verdadera medida de la innovación radica en la capacidad de perturbar los mercados y trascender las fronteras. En este sentido, se torna evidente que sólo unas pocas de estas empresas realmente se embarcan en proyectos innovadores que trascienden lo convencional.

Esta disparidad entre cantidad y calidad invita a la reflexión. Las métricas, a menudo consideradas un reflejo infalible del progreso, pueden ser engañosas. El hecho de que muchas

empresas florezcan en el centro de Bogotá no garantiza aún una ola de innovación revolucionaria. La innovación genuina requiere más que solo números; requiere la voluntad de desafiar el statu quo, la capacidad de pensar en grande y la disposición de asumir riesgos.

y no es de extrañar si sumamos la situación general del país frente a procesos innovadores, en los que, según López, J. G. (2020, 12 julio). afirma que

“Una de las situaciones que actúa como un obstáculo para la investigación y la innovación es que, en promedio, Colombia destina menos del 0,5% de su Producto Interno Bruto (PIB) a recursos destinados a investigación. Esto resulta en un margen muy limitado para que las compañías y los emprendedores se sientan invitados o inspirados a emprender nuevos proyectos o desarrollar productos innovadores.”

Lamentablemente, la mayoría de las entidades de investigación tienen un enfoque hacia el sector privado. En nuestro país, la inversión del gobierno en áreas como desarrollo e investigación es insuficiente.

Además, durante el análisis se identificó que la escasez de inversión en investigación, innovación y desarrollo es un desafío significativo que afecta a varios países, incluyendo Colombia. En 2020, “Colombia invirtió sólo el 0,2 % de su PIB en investigación y desarrollo, cifra significativamente inferior al promedio del 2,2 % de los países de la OCDE.” OCDE (2021).

**¿Cuáles son las razones detrás del Estancamiento de la Innovación en Bogotá y su zona central?**

Una de las debilidades más notorias, es la falta de impulso hacia la innovación, lo cual está estrechamente relacionado con la insuficiente inversión en investigación y desarrollo, un ámbito en el que la región se encuentra rezagada. Sin embargo, según (EUCIM

2019, 16 octubre). “Llama la atención que nuestra región cuenta con una tasa de dueños de negocios remarcablemente más alta que muchas otras regiones del mundo.”

La investigación y el desarrollo son elementos cruciales para dotar a las empresas de la capacidad de concebir, diseñar y fabricar productos y nuevas tecnologías. Basándose en la detección de esta situación problemática, surge un punto de partida fundamental desde el cual es posible implementar transformaciones sustanciales a través de enfoques innovadores.

## Recolección y Análisis de la Información

La innovación desempeña un papel muy importante en el progreso económico de América Latina, y este hecho se aplica igualmente a Colombia, centralizando a Bogotá. De acuerdo con una investigación realizada por R. (2022, 21 junio). Que determinó la escasa expansión económica en la región guarda una conexión directa con la ausencia de innovación.

En Bogotá, algunos de los sectores clave que impulsan la innovación se encuentran en La Candelaria, con organizaciones que representan la dinámica empresarial de la zona dentro de las cuales se encuentran

- Proexport Colombia,
- la Universidad del Rosario,
- el Centro Cultural Gabriel García Márquez,
- Taller 5 y Tragaluz.

Estas empresas demuestran la diversidad de actividades en La Candelaria y la importancia de recopilar datos y examinar variables específicas para obtener una comprensión más precisa de la dinámica local.

No obstante, en Bogotá, la innovación enfrenta obstáculos. Uno de los desafíos más destacados consiste en la insuficiencia de políticas gubernamentales eficaces que establezcan un entorno adecuado para la innovación empresarial.

## ¿Cómo se está Abordando esta Problemática?

En la evaluación de los rankings, según Staff, F. (2022, 30 septiembre). Colombia se posiciona en cuarto lugar, de los países más innovadores de Latinoamérica mostrando un leve fortalecimiento de las políticas sociales que respaldan las ideas innovadoras, Sin embargo, a pesar de estos indicadores favorables, continúan desafíos persistentes como la pobreza, la desigualdad y las disparidades regionales. Por ello, es esencial seguir enfocándose en mejorar estas deficiencias dentro del territorio. La actualidad nos exige implementar nuevas ideas concepto mucho más eficientes, que combinan diferentes procesos más fieles a la idea que se quiere generar, aprovechando grandes aportes de distintas disciplinas.

### **Impacto de la falta de ideas dentro de los mercados emergentes**

Dentro del país, la mayoría de los emprendimientos se concentran en las principales ciudades del país, donde el concepto de creatividad e innovación está estrechamente ligado al emprendimiento. Debido a esta relación, muchas empresas han experimentado las consecuencias negativas de la falta de ideas más nuevas en sus operaciones, lo que puede traer nuevos desafíos, entre los que se incluyen:

- Menos competitivo: Si un negocio no puede innovar y ofrecer productos o servicios distintivos y superiores a los de sus competidores, puede que se vea opacado frente a otros participantes y pierda lugares dentro de la competencia, así mismo sus porcentajes de participación se verían disminuidos... “Prior studies show that most of these problems may be recognized and solved through an extensive-learning organizational process. Its features are the capacity to successfully influence the organizational performance of SMEs, the ability to lead on a competitive advantage” Gherghina, Ștefan C., Botezatu, MA, Hosszu, A. y Simionescu, LN (2020). [“según estudios anteriores muestran que la mayoría de estos

problemas pueden reconocerse y resolverse mediante un proceso organizacional de aprendizaje extensivo. Sus características son la capacidad de influir con éxito en el desempeño organizacional de las PYME y la capacidad de liderar una ventaja competitiva” (Traductor Google).]

- Desventaja frente a la competencia: En un mercado en constante evolución, las empresas que no innovan corren el riesgo de quedarse rezagadas en comparación con sus competidores más innovadores. Esto puede traducirse en una menor demanda de sus productos o servicios, ya que los consumidores suelen buscar soluciones más actualizadas y eficientes de acuerdo con Stark, K. (2022, 12 julio). “Nokia, Blockbuster y Kodak son algunos de los casos más conocidos de empresas que han venido a menos por no innovar, por no atreverse a cambiar sus modelos tradicionales de trabajo.”
- Pérdida de clientes: La falta de innovación puede llevar a la insatisfacción de los clientes, ya que estos buscan constantemente mejoras en los productos y servicios que utilizan. Si una empresa no se adapta a las necesidades cambiantes de sus clientes, es probable que estos busquen otras alternativas en el mercado, lo que puede resultar en la pérdida de una base de clientes importante.
- Reducción de las ganancias: La innovación no solo implica la creación de productos o servicios nuevos, sino también la mejora de los existentes. Las empresas que no pueden innovar y ofrecer soluciones más eficientes y rentables pueden ver una disminución en sus márgenes de ganancia, lo que afecta negativamente a su rentabilidad y sostenibilidad financiera.

- Fuga de talento humano: Los empleados talentosos y motivados buscan oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional. Si una empresa no fomenta la innovación y no ofrece un entorno que fomente el aprendizaje y la creatividad, es probable que su talento humano busque empleadores que les brinden un ambiente más propicio para su desarrollo, lo que puede llevar a una pérdida de capital intelectual valioso.

## Análisis de Problemáticas

La falta de innovación en el sistema económico genera un impacto significativo en las empresas y en la sociedad en general. Esto se hace particularmente evidente en el corazón de Bogotá. A continuación, se exponen algunas de las implicaciones clave derivadas de la falta de innovación en esta zona:

**Debilitamiento de la Competitividad:** Las empresas que no logran innovar se ven en desventaja frente a aquellas que son más creativas en su enfoque. Esto puede resultar en una disminución de su capacidad para competir en el mercado, lo que a su vez se traduce en una merma en su cuota de mercado, sus ingresos y sus beneficios.

**Reducción de plazas laborales:** la falta de innovación puede conducir a una disminución de plazas para nuevos empleos, ya que las empresas se ven obligadas a reducir su tamaño o cerrar. Esto puede tener un impacto negativo en la economía local.

“Economic development depends on innovation and entrepreneurship”. (Prusak, B., Morawska, S., Łukowski, M., & Banasik, P. 2021). [“El desarrollo económico depende de la innovación y el emprendimiento”.(Traductor google).]

**Quiebra:** las empresas que no pueden adaptarse a los cambios en el mercado o los avances tecnológicos tienen más probabilidades de quebrar. Esto puede tener un impacto negativo en la economía en su conjunto. “Cuando hay criterios de política interna que no favorecen la innovación porque pueden ser contraproducentes para determinados departamentos las dificultades para innovar son altas.” Pérez, A. (2021, 28 septiembre)

## **Búsqueda y Selección de Alternativas para Potenciar la Innovación**

La exploración y selección de estrategias destinadas a fomentar la innovación implica la consideración de las propuestas presentadas para el avance de esta investigación. A continuación, se proponen varias alternativas que podrían significativamente contribuir a la mejora continua en el contexto empresarial:

- **Exploración Amplía:** La búsqueda activa de una amplia variedad de enfoques y propuestas para promover la innovación.
- **Selección estratégica:** La elección cuidadosa de las estrategias más adecuadas y prometedoras entre las propuestas.
- **Diversificación de enfoques:** La aplicación de múltiples enfoques complementarios para implementar las propuestas innovadoras.
- **Ejecución efectiva:** La implementación eficiente y efectiva de las iniciativas innovadoras en las organizaciones estudiadas.
- **Mejora continua:** La búsqueda constante de formas de mejorar y optimizar las prácticas empresariales.

"Las prácticas laborales de alto rendimiento son un conjunto de prácticas que las empresas utilizan para crear un entorno de trabajo que apoya la alta productividad, la calidad y el compromiso de los empleados" (Mazzei et al., 2016, p. 51).

## **Establecer un Espacio Dedicado a la Innovación**

Es beneficioso establecer un ambiente, tanto físico como digital, dentro de la empresa, en el cual todos los empleados tengan la oportunidad de explorar y evaluar nuevas ideas, tecnologías y procesos relevantes para una gestión efectiva de la innovación. Esta práctica

puede fomentar la creatividad y la colaboración, lo que permite a la organización descubrir oportunidades innovadoras que, de lo contrario, podrían pasar desapercibidas. Incorporar esta perspectiva puede ser valioso, ya que muchas empresas, debido a diversos factores, no se centran en objetivos más allá de lo establecido. “The political and economic instability make companies think in the short term and of survival, while innovation requires effort to generate a satisfactory result.” Nunes, M. P. (2019). [“La inestabilidad política y económica hace que las empresas piensen en el corto plazo y en la supervivencia, mientras que la innovación requiere esfuerzo para generar un resultado satisfactorio”. (Traductor Google).]

La finalidad de establecer estos entornos es fomentar la diversidad y la inclusión. Tener una fuerza laboral diversa, que abarque distintos géneros, orígenes étnicos, edades y experiencias, puede impulsar la creatividad y la capacidad de generar nuevas ideas mediante la aportación de perspectivas y enfoques diversos para la resolución de problemas. Es igualmente importante garantizar que todos los empleados se sientan valorados y partícipes, sin importar su origen o posición en la empresa.

- Promover una cultura que impulse la creatividad y la innovación puede ser una forma eficaz de fomentar el progreso continuo. Esto implica reconocer y recompensar a los empleados que generan nuevas ideas y soluciones, así como promover y apoyar la experimentación y el aprendizaje a partir de los errores.
- Cooperar con otras entidades, tanto públicas como privadas, que representan diferentes sectores puede permitir el acceso a nuevas tecnologías y conocimientos, potenciando el intercambio de ideas y la generación de innovaciones. Según “In the case of process innovativeness, collaboration with research organizations and suppliers are the most important factors. Only collaboration with research organizations and competitors has a positive effect on product innovativeness.”

Najafi-Tavani, S., Najafi-Tavani, Z., Naudé, P., Oghazi, P., & Zeynaloo, E. (2018).

[“En el caso de la capacidad de innovación de procesos, la colaboración con organizaciones de investigación y proveedores son los factores más importantes. Sólo la colaboración con organizaciones de investigación y competidores tiene un efecto positivo en la capacidad de innovación de productos”. (Traductor Google).]

La táctica de crowdsourcing, que implica la colaboración colectiva, resulta de gran utilidad para reunir propuestas y resoluciones provenientes de una variedad de fuentes, que incluyen empleados, clientes y especialistas externos. Esto permite a la empresa descubrir posibilidades innovadoras que podrían pasar inadvertidas de otra manera, a la vez que promueve la colaboración y la generación de ideas.

### **Poner en marcha un programa de incubación de proyectos.**

Según la secretaría de economía “Las incubadoras tienen por objetivo el apoyo a la creación y el desarrollo de pequeñas empresas o microempresas en sus primeras etapas de vida”. (*Secretaría de Economía - Incubadoras*. s. f.-c). De esta forma podrán superar los problemas iniciales a los que se enfrentan al iniciar un nuevo proyecto, como la falta de financiación, experiencia laboral o acceso a una red de contactos clave. Dentro de este mismo proceso deberán recibir formación y capacitación dentro del ámbito de muchas áreas organizacionales, para poder desenvolverse de manera transversal y así suplir ciertas necesidades.

La duración de la fase de incubación puede variar según la complejidad del proyecto, típicamente cubriendo un período que se extiende desde varios meses hasta un año. Al llegar al final de este intervalo de tiempo, los equipos emprendedores deben estar en condiciones de presentar sus proyectos ante posibles inversores, clientes y colaboradores estratégicos. En

síntesis, los programas de fomento de proyectos son procesos diseñados para brindar respaldo a emprendedores y equipos en la evolución y lanzamiento de proyectos innovadores.

### **Soluciones al Problema de Investigación**

**Fomentar la innovación.** Establecer equipos de innovación multidisciplinarios para generar

ideas nuevas y creativas.

- Promover una cultura de experimentación y tolerancia al fracaso, donde se recompensen los intentos innovadores, incluso si no tienen éxito.
- Realizar eventos regulares de lluvia de ideas para involucrar a empleados en la generación de soluciones innovadoras.

**Inversión en tecnología.** Mantenerse actualizados en las últimas tendencias tecnológicas relevantes para el sector de la organización. Según El Manual de PYMEs CEDICE. (2023). “La inversión en tecnología y en el talento necesario para implementar y mantener sistemas digitales puede resultar costosa para las pymes.”

- Incorporar tecnologías en ascenso, como la inteligencia artificial, el Internet de las cosas (IoT) y el análisis de datos, con el fin de optimizar la eficacia en las operaciones y proporcionar experiencias adaptadas a las necesidades de los clientes.
- Capacitar a los empleados en el uso de nuevas tecnologías y herramientas digitales.

**Desarrollo de talento.** Establecer programas de formación y desarrollo continuo para los empleados, asegurando que estén al tanto de las últimas tendencias y mejores prácticas.

- Contratar y retener talento diverso y altamente cualificado, fomentando la colaboración y el intercambio de conocimientos.

**Participación en la comunidad.** Colaborar con organizaciones locales, instituciones educativas y grupos comunitarios para fortalecer los lazos sociales y culturales.

- Organizar eventos, charlas y talleres para involucrar a la comunidad y promover una imagen positiva de la organización.

**Personalización y experiencia del cliente.** Emplear el análisis de datos con el propósito de obtener una comprensión más profunda de las necesidades y gustos de los clientes, con el fin de proporcionar productos y servicios adaptados de forma individual.

- Establecer mecanismos de retroalimentación con el objetivo de obtener comentarios por parte de los clientes y continuar mejorando de manera constante la calidad de los productos y servicios.

**Sostenibilidad y responsabilidad social.** Adoptar prácticas empresariales sostenibles y éticas que reflejen los valores de la comunidad y la cultura local.

- Participar en iniciativas de responsabilidad social, como contribuciones a organizaciones benéficas locales o proyectos relacionados con el medio ambiente.

**Investigación de mercado y tendencias.** Realizar investigaciones de mercado y análisis de tendencias para identificar oportunidades emergentes y áreas de crecimiento potencial.

- Estar atentos a los cambios sociales y culturales en la comunidad y adaptar la estrategia de la organización en consecuencia.

**Agilidad y flexibilidad.** Mantener una estructura organizativa flexible que permita adaptarse rápidamente a cambios en el entorno tecnológico, social y cultural.

- Estar dispuestos a pivotar o ajustar estrategias según sea necesario para aprovechar nuevas oportunidades o superar desafíos.

## **Diplomado**

Este diplomado ha sido una experiencia enriquecedora que nos ha proporcionado una base sólida en Ciencia de Datos y su aplicación directa en el entorno empresarial. A lo largo de las clases, hemos adquirido no solo conocimientos teóricos, sino también habilidades prácticas que son esenciales en la toma de decisiones y en la solución de problemas en el mundo laboral real.

La capacidad de programar en Python y R nos ha permitido manipular datos de manera eficiente y realizar análisis detallados para extraer información valiosa. Google Colab ha sido una herramienta valiosa para la colaboración en tiempo real y la ejecución de proyectos conjuntos, lo que refleja la importancia del trabajo en equipo en la resolución de desafíos empresariales.

La Minería de Datos, incluyendo enfoques supervisados y no supervisados, ha abierto nuestras mentes a la diversidad de técnicas disponibles para explorar y modelar datos empresariales. Los Modelos de Regresión se han convertido en una herramienta esencial para predecir tendencias y tomar decisiones basadas en datos sólidos. Nuestra comprensión de Estadística y Probabilidad se ha traducido en la capacidad de realizar pruebas de hipótesis, lo que es fundamental para respaldar nuestras decisiones empresariales y evaluar la validez de nuestras suposiciones, las librerías de datos, como Pandas y NumPy, han simplificado la manipulación de datos a gran escala, mientras que Matplotlib nos ha permitido comunicar de manera efectiva nuestros hallazgos a través de visualizaciones impactantes.

Participar en el diplomado en Ciencias de Datos es una experiencia muy diferente. A lo largo de este curso se adquiere un conocimiento más práctico sobre las herramientas y técnicas fundamentales para analizar y comprender conjuntos de datos complejos.

Esto permite quizás para algunos tener un nuevo enfoque dentro de la carrera y quizás para otros un nuevo camino a seguir dentro del ámbito de la administración de empresas comerciales, Al ver todo tipo de temas de programación podemos generar procesos que quizás a futuro podremos aplicar en nuestros negocios y llegar a un nivel de automatización mucho más alto.

Finalmente, el enfoque en casos de estudio y proyectos prácticos nos ha dado la oportunidad de aplicar todos estos conocimientos y habilidades en situaciones empresariales reales, lo que nos ha preparado para enfrentar desafíos y oportunidades en el mundo laboral.

En resumen, este curso de Ciencia de Datos Aplicados a la Economía Empresarial ha sido una inversión valiosa en nuestra formación, brindándonos las herramientas necesarias

para ser profesionales competentes para tomar decisiones respaldadas por análisis de datos y contribuir al éxito de las organizaciones en un entorno empresarial cada vez más impulsado por la información.

## Conclusiones

La búsqueda constante de la innovación y el crecimiento empresarial en la zona central de Bogotá no solo es un imperativo, sino también una oportunidad para transformar el panorama económico y social de la zona. A medida que hemos explorado las complejidades y desafíos que rodean a esta empresa, surge la necesidad apremiante de implementar estrategias audaces y bien pensadas para superar la falta de innovación y encender el motor del crecimiento.

Una de las principales estrategias radica en fomentar la colaboración multidisciplinaria. Al unir fuerzas entre empresas, instituciones académicas y entidades gubernamentales, se crea un ecosistema que nutre la creatividad y facilita el intercambio de ideas. La sinergia no solo fomenta la innovación, sino que también fomenta una cultura de aprendizaje constante, donde el fracaso es visto como una oportunidad para mejorar.

Además, es crucial invertir en la educación y el desarrollo de habilidades. Proporcionar programas de formación orientados a la innovación y el emprendimiento no solo prepara a los individuos para el futuro.

En conclusión, este estudio resalta la vital importancia de la innovación en el contexto empresarial actual, donde la capacidad de adaptación y evolución es fundamental para el éxito y la supervivencia. Se identificaron diversos factores que pueden propiciar una cultura innovadora en las empresas de la zona centro de Bogotá, desde la creación de un entorno colaborativo hasta la promoción del desarrollo de habilidades y conocimientos de los empleados, así como la implementación de procesos de gestión de la innovación. Además, se subraya el papel crucial del liderazgo en este proceso, ya que los líderes deben ser catalizadores que inspiren y motiven a la innovación. En definitiva, la creación de una cultura

innovadora se presenta como un desafío necesario para potenciar la competitividad en el mercado global y garantizar la relevancia y éxito a largo plazo de las empresas.

## Referencias

- Blogs del Banco Mundial. (2023, 4 enero). Colombia: soluciones innovadoras para fortalecer el desarrollo. <https://blogs.worldbank.org/es/latinamerica/colombia-soluciones-innovadoras-para-fortalecer-el-desarrollo>
- Business Horizons. Mazzei, M. J., Flynn, C. B., & Haynie, J. J. (2016). Moving beyond initial success: promoting innovation in small businesses through high-performance work practices. *Business Horizons*, 59(1), 51-60. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.08.004>
- Diario La República. López, J. G. (2020, 12 julio). “La inversión en investigación está por debajo de 0,5% del PIB en la región”: Alicia Bárcena. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/la-inversion-en-investigacion-esta-por-debajo-de-0-5-del-pib-en-la-region-alicia-barcena-2852018>
- Economipedia. Peiró, R. (2019). Innovación. <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>
- Esglobal. (2022, 21 junio). ¿Por qué no prospera la innovación en América Latina? <https://www.esglobal.org/por-que-no-prospera-la-innovacion-en-america-latina>
- Evaluando ERP. Stark, K. (2022, 12 julio). Los riesgos de la falta de innovación en las empresas - evaluando ERP. <https://www.evaluandoerp.com/los-riesgos-de-la-falta-de-innovacion-en-las-empresas/>

Forbes Chile. Staff, F. (2022, 30 septiembre). Chile es nuevamente el país más innovador de Latinoamérica, según la OMPI.  
<https://forbes.cl/tecnologia/2022-09-29/chile-es-nuevamente-el-pais-mas-innovador-de-latinoamerica-segun-la-ompi>

Hidalgo, JC y García, JL (2018). Estrategias para superar la falta de innovación en las organizaciones. *Innovación y Gestión*, 23(2), 109-128.

Ignius International. Guskoi. (2019, 23 agosto). TEORÍA DE CLAYTON CHRISTENSEN: “INNOVACIÓN DISRUPTIVA” - Ignius International.  
<http://ignius.com.mx/teoria-clayton-christensen-innovacion-disruptiva/>

Journal of Small Business Management. Linton, J. D., & Solomon, G. T. (2017). Technology, Innovation, Entrepreneurship and the Small Business- Technology and Innovation in Small Business. *Journal of Small Business Management*, 55(2), 196-199. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12311>

Laoyan, S. (2023, 6 mayo). Desarrollo Organizacional: una mirada integral sobre tu empresa [2023] • Asana. <https://asana.com/es/resources/organizational-development>

La innovación de productos y su importancia para las empresas. (2023, 19 abril). Becas Santander. <https://www.becas-santander.com/es/blog/innovacion-de-productos.html>

Manual de PYMEs CEDICE. (2023). Recuperado de <https://libreriacedice.org.ve/wp-content/uploads/2023/10/manualpymescedice.pdf>

Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE). (2021)

Principales indicadores de ciencia y tecnología 2021.

<https://data.oecd.org/colombia.htm>

Pérez, A. (2021, 28 septiembre). Conocer los obstáculos a la innovación permite prepararse para superarlos. OBS Business School.

<https://www.obsbusiness.school/blog/conocer-los-obstaculos-la-innovacion-permite-prepararse-para-superarlos>

Prusak, B., Morawska, S., Łukowski, M., & Banasik, P. (2021). The impact of bankruptcy regimes on entrepreneurship and innovation. Is there any relationship? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(1), 473-498. <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00773-3>

Problemas de la Innovación en Latinoamérica. (2019, 16 octubre EUCIM).

<https://www.eucim.es/noticias/3-problemas-la-innovacion-latinoamerica/>

Revista Científica UIIsrael. Gutiérrez, M. A. R., Padilla-Oviedo, A., & Riojas, R. M.

(2019). La innovación y su importancia. *Revista Científica UIIsrael*, 6(1), 9-22.

<https://doi.org/10.35290/rcui.v6n1.2019.67>

Sustainability. Gherghina, Ș. C., Botezatu, M. A., Hosszu, A., & Simionescu, L. N.

(2020). Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): the engine of economic growth through investments and innovation. *Sustainability*, 12(1), 347.

<https://doi.org/10.3390/su12010347>.

SoyAdministrador.net. Melara, M. (2023, 7 febrero). Qué es la teoría de la contingencia en la Administración. <https://soyadministrador.net/teoria-de-la-contingencia/>

Talenmo. (2023). Innovación | Qué es, importancia y beneficios para tu empresa. <https://www.talenmo.es/innovacion/>

Universidad Complutense de Madrid. (s. f.). La Importancia de la innovación organizativa para la obtención de los beneficios derivados de la introducción de las Tecnologías de la Información. <https://webs.ucm.es/BUCM/tesis/19972000/S/2/S2033201.pdf>

Webs.uab.es. (2015). INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399536/TESI.pdf;jsessionid=1B9E8A3624325D3FC5ADDD3C7D80E478?sequence=>

Zeynaloo, E. (2018). How collaborative innovation networks affect new product performance: product innovation capability, process innovation capability, and absorptive capacity. *Industrial Marketing Management*, 73, 193-205. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.02.009>

Zuñiga, E. C. (2018). Creatividad e innovación: motores de desarrollo empresarial. <https://www.redalyc.org/journal/6139/613964506006/html/>

## Anexos

### Entrevista

- ¿Qué procesos innovadores ha implementado en la fabricación de filtros de agua en cerámica y cómo garantizar su durabilidad y eficiencia?
- ¿Qué estrategias de innovación han implementado para diversificar su oferta de productos, con el objetivo de atraer nuevos segmentos de clientes y aumentar su participación en el mercado?
- ¿Cómo ha adoptado la microempresa en Colombia enfoques innovadores en su cadena de suministro y distribución para reducir su impacto ambiental, al mismo tiempo como busca expandir su alcance y comercialización de filtros de agua?
- ¿Cuál ha sido el papel de la innovación en el desarrollo de estrategias de marketing y promoción que han impulsado el reconocimiento de la marca en el mercado local, y cómo planean seguir innovando para aumentar su visibilidad y ventas?
- ¿Cuáles han sido las estrategias adoptadas para establecer alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones, con el fin de fortalecer su posición en el mercado colombiano y lograr un mayor crecimiento en la comercialización de sus filtros de agua?

### Respuesta entrevista

¿Qué procesos innovadores ha implementado en la fabricación de filtros de agua en cerámica y cómo garantizar su durabilidad y eficiencia?

Respuesta: los procesos innovadores que se han implementado y son innovadores porque se rescatan técnicas olvidadas técnicas ancestrales que ya hace décadas o muchísimos

años se han dejado utilizar entonces Y más que algo nuevo es nuevo por lo que se rescata lo antiguo lo clásico lo que durante muchos años se olvidó Por ejemplo las técnicas de soplado de vidrio que no se utilizaban la escala que nosotros la utilizamos y para el propósito que nosotros utilizamos esa es un es un rescate una técnica milenaria que Data de las épocas de los egipcios o los romanos en siglos y siglos antes de Cristo Entonces lo innovador es traer del pasado y hacerlo en presente también está por ejemplo digamos las técnicas del peltre cuando nosotros empezamos en Colombia es la técnica de fabricación de esmaltados de acero conocida como peltre había dejado de existir y se ha dejado existir tal vez en la década de los 50 sobre los 60s o incluso tal vez hubo alguna producción hasta los años 70s pero ya ya no se usaba ya ya era obsoleta para el propósito que se utilizaba anteriormente en cuanto al tema de la producción cerámica es la la mezcla de la cerámica con la arcilla Perdón la mezcla de la cerámica con la con la cefrín fue innovador y pues una cocción es una mezcla única que genera unos poros muy pequeños y es claramente innovador porque pues porque tal vez existían las los dos elementos por sí solos pero nunca se habían combinado para hacer un objeto un objeto funcional

¿Qué estrategias de innovación han implementado para diversificar su oferta de productos, con el objetivo de atraer nuevos segmentos de clientes y aumentar su participación en el mercado?

Respuesta: Pues las estrategias de innovación siempre ha sido enfocadas en hacer el producto lo más extraordinario posible en utilizar digamos que los mejores materiales para poder hacer un producto extraordinario nosotros no nos contentamos con ser una fábrica de filtros nosotros tenemos una misión muy clara y ese es llevar agua pura y segura a toda la población Entonces cuando las premisas de uno materias de en metas son supremamente altas algunos pensarían que es casi una utopía, Pues a llevar nuestros filtros a unos niveles jamás

antes vistos porque porque como como empresa nos hemos planteado unas metas simplemente altas entonces para conseguirlas tenemos que hacer Algo extraordinario

Cómo diversificar su oferta de productos Pues nosotros empezamos haciendo uno después dos su estrés después cuatro nos gustaba uno entonces hacíamos el otro fue un proceso muy orgánico no no planeamos tener digamos tantos productos inclusive hemos recortado la cantidad de productos para no confundir el consumidor final nuestro enfoque no es tanto tener tantos productos Aunque lo hemos hecho si no es más tener una variedad de opciones para que todas las personas y todos los gustos puedan Acceder al producto y pues ir desarrollando cada una de las líneas en una línea una línea empetro una línea en plástico entonces en la medida en que hemos podido hemos progresado en cada una digamos de las diferentes técnicas que se utilizan para la fabricación y también por ejemplo atendiendo a las necesidades y encontrando el mismo mercado nos está diciendo que querían y fuimos oyendo Pues a nuestros clientes y así desarrollamos por ejemplo digamos una línea nueva que es mini que era sus compactos eso lo hicimos eso lo hicimos y Pues digamos que atendimos una necesidad que había clara

¿Cómo ha adoptado la microempresa en Colombia enfoques innovadores en su cadena de suministro y distribución para reducir su impacto ambiental, al mismo tiempo como busca expandir su alcance y comercialización de filtros de agua?

Respuesta: Cómo ha adoptado la microempresa en Colombia enfoques innovadores en su cadena de suministro y distribución para reducir su impacto ambiental Pues nosotros digamos que para nosotros era Claro que nuestro nuestra premisa era ser sostenibles y para poder ser sostenibles tenemos que ser sostenibles en todos nuestros procesos Entonces por ejemplo cuando cuando tuvimos que escoger Qué tipo de combustible utilizábamos para

nuestros hornos y pues en ese momento escogimos el más ecoamigable que el gas propano Y así pues prácticamente reducirá su expresión mínima las emisiones de gas en el momento de su fabricación y es una premisa que hemos mantenido digamos a lo ancho de las producciones además el producto final en sí mismo es un producto diseñado para que el consumidor sustituya la necesidad de hervir el agua que en sí produce emisiones de Carbón y filtra el agua Qué es o sea tanto de nuestros procesos como en el producto que hacemos Pues digamos que es reduce el impacto de las emisiones de carbono sí por un lado por otro lado pues claramente el hecho de filtrar el agua y el hecho de tener acceso al agua y generar una noción de usar termo y no consumir botellas plásticas también ha salvado a Colombia de infinidad de miles de botellas plásticas de consumo de un solo uso Entonces eso está tan inherentemente ligado lo que hacemos que ya que a veces pues no lo contamos porque Es evidente a todas luces

¿Cuál ha sido el papel de la innovación en el desarrollo de estrategias de marketing y promoción que han impulsado el reconocimiento de la marca en el mercado local, y cómo planean seguir innovando para aumentar su visibilidad y ventas?

Respuesta: El papel de la innovación y el desarrollo estrategias de marketing y promoción ha sido una experiencia bastante bonita con abuelo de Chico porque pues porque nosotros nos creamos siendo conscientes de que digamos el mundo digital y pues por cosas del destino de la vida al año de que nosotros abrimos o al poco más de un año y tuvimos el tema de la pandemia y nosotros ya habíamos desarrollado un modelo basado en el marketing digital que lo habíamos descubierto era en su momento y en su época era Era totalmente nuevo muchos de nosotros veníamos de industrias y de empresas tradicionales que utilizaban marketing desde la vieja Guardia y descubrir el poder de las redes sociales descubrir el poder de Instagram de Facebook de cómo podía uno expandir un ideas rápidamente y efectivamente

a través de ellas y fue un descubrimiento maravilloso para nosotros y fue un gran factor de crecimiento durante esos años y todavía lo es y en nuestro presupuesto nuestro presupuesto para marketing casi que enteramente lo dedicamos a las a la red sociales y es como que puede ser muy segmentado puede uno llegar directamente a la persona que está interesada en el producto de uno y es más como una es más como una pesca de precisión más que lanzar una red gigante entonces para nosotros ha sido descubrir eso y desarrollar eso ha sido maravilloso

¿Cuáles han sido las estrategias adoptadas para establecer alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones, con el fin de fortalecer su posición en el mercado colombiano y lograr un mayor crecimiento en la comercialización de sus filtros de agua?

Respuesta: Cuáles son las estrategias adoptadas para establecer alianzas estratégicas  
Cuántas empresas o instituciones bueno nosotros tenemos una una o sea Nosotros somos bastante flexibles bastante abiertos y analizamos digamos casos puntuales creo que el caso de abuelochi que ha sido muy particular porque yo creo que en muy pocas ocasiones Hemos salido nosotros a buscar alianzas en la enorme mayoría de los casos y o sea en el 90% de los casos o más han sido ellas las que nos buscan a nosotros y nos nos plantean nos plantean escenarios y situaciones que a veces nos llaman la atención y a veces no creo que creo que sobre todo lo cuando Tratamos de hacer establecer alianzas o hacer digamos colaboraciones o cualquier otro número que se le ponga nosotros realmente lo que estamos tratando es de contar una historia de Cómo aplica nuestro producto a un como una actividad o a un estilo de vida o aún eh o alguna institución o cómo se puede aliviar el sufrimiento en el caso digamos de las tragedias o de o de las situaciones delicadas humanitarias que se puedan presentar

entonces narramos Esas historias somos creo que somos muy buenos siendo narradores de historias y de casos y y creo que el resultado ha sido que que muchas personas muchas instituciones se han inspirado en estas historias y nos han adoptado a nosotros como una alternativa para resolver el tema de del acceso al agua pura o digamos de transformar las empresas en empresas Pues que rectifican el agua y que ofrecen tanto sus empleados como sus clientes o a sus huéspedes, beneficiarios brindando o Agua pura agua filtrada entonces nuestras estrategias y alianzas y creo que no no no han obedecido como una política focalizada sino más bien como a como a como atracciones de momento decidido como a diferentes circunstancias y coyunturas que se han presentado

### **Apreciaciones de procesos innovadores**

El empresario destaca la implementación de procesos innovadores que se basan en la recuperación de técnicas olvidadas y ancestrales. Estos métodos, que datan de épocas como la de los egipcios o los romanos, han sido rescatados y adaptados para su uso en la actualidad. Esto se evidencia en ejemplos como las técnicas de soplado de vidrio y la fabricación de esmaltados de acero conocida como peltre, las cuales habían dejado de utilizarse en décadas pasadas. Asimismo, se menciona la combinación de cerámica con cefrin, una mezcla que genera poros muy pequeños y que representa una innovación en el campo de la producción cerámica. En resumen, la innovación radica en la capacidad de revivir y actualizar métodos antiguos, adaptándose para crear objetos funcionales en la actualidad.

### **Apreciaciones de entrevista**

La empresa se enfoca en la innovación para llevar agua pura y segura a la población. Su compromiso con la excelencia se refleja en la utilización de los mejores materiales. Aunque han diversificado su oferta de productos de manera orgánica, su enfoque no es tener una gran cantidad, sino ofrecer una variedad para satisfacer diferentes gustos y necesidades.

Han progresado en las técnicas de fabricación y han desarrollado productos como la línea compacta en respuesta a las demandas del mercado. Esto demuestra su capacidad para adaptarse y responder a las necesidades de sus clientes de manera efectiva.

### **Apreciación Fomentar las alianzas estratégicas**

Una de las principales conclusiones que podemos extraer de la entrevista con el microempresario es la importancia de fomentar alianzas estratégicas para impulsar la innovación en las Mipymes. El empresario mencionó que ha buscado establecer alianzas con otras empresas o instituciones. Esta estrategia puede ser clave para compartir conocimientos, recursos y experiencias que conduzcan a una mayor innovación. En este sentido, se recomienda que las Mipymes en la zona centro de Bogotá exploren activamente oportunidades de colaboración con otros actores del mercado, como universidades, centros de investigación o empresas afines, para impulsar la innovación en conjunto.

### **Apreciación Enfoque en la capacitación y formación del recurso humano**

Otra conclusión importante es la necesidad de invertir en la capacitación y formación del personal. El emprendedor mencionó que capacita a sus empleados para mantenerse actualizados y desarrollar nuevas habilidades. Esta estrategia es fundamental para fomentar la innovación interna en las mipymes. Se sugiere que las empresas en Bogotá zona centro consideren establecer programas de capacitación continua y promover una cultura de aprendizaje, lo que permitirá a los empleados adquirir las habilidades necesarias para proponer e implementar ideas innovadoras. Además, la capacitación puede ayudar a aprovechar al máximo las alianzas estratégicas mencionadas en la primera conclusión.