7.

EMPRENDIMIENTO DINAMICO INNOVADOR: RETOS Y OPORTUNIDADES PARA EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO QUE HACEN PARTE DE LA ECONOMÍA NARANJA

DYNAMIC INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR COMPANIES IN THE TOURISM SECTOR THAT ARE PART OF THE ORANGE ECONOMY

Yoleida Vega Mendoza[10]- Mirle Curiel Correa[11]

Universidad de La Guajira

[10] Docente Asociado Uniguajira Investigador Asociado Minciencias

E-mail: yvega@uniguajira.edu.co

[11] Docente Tiempo Completo Uniguajira E-mail: mcuriel@uniguajira.edu.co

RESUMEN

El emprendimiento dinámico, es considerado un tema de mucho interés, dado que permite generar iniciativas empresariales estimuladas por personas soñadoras y creativas, que visionan oportunidades de negocio con alto potencial de crecimiento innovador y generador de cambios significativos en el sector turismo; permitiendo con ello avanzar hacia el desarrollo sostenible del ecosistema empresarial. En este sentido, la línea de investigación a la cual se articula esta investigación es emprendimiento y creación de empresas Turísticas, asociada a la temática emprendimiento cultural y creativo; así mismo, plantea describir las características del entorno emprendedor dinámico e innovador que coadyuven al fortalecimiento de las empresas de este sector; del mismo modo visiona determinar los factores que inciden en la generación de capacidades de nuevos emprendimientos dinámicos innovadores, asumiendo retos para impulsar la trasformación productiva y empresarial de pequeños grupos de emprendedores, apoyándose en los sustentos teóricos, de autores como: Ibarra A Castrillo A (2013), Grebel (2003), Filion (2003) y Kruger (2004), Vesga F. R, Rodríguez D. M, Schnarch G. D y García V. O. (2015), entre otros.

En este orden de ideas, el presente estudio es considerado de carácter descriptivo de campo, no experimental con diseño transeccional, Para el levantamiento de la información se utilizó como técnica de recolección la encuesta, como instrumento para la recolección de la información el cuestionario, con preguntas de selección multiple tipo escala Likert, relacionados con las variables objeto de estudio, apoyado con métodos estadísticos, que permitieron medir la variable objeto de estudio, para generar cambios que impacten en la puesta en marcha de nuevos emprendimientos o innovar en los ya existentes de manera exitosa y respondan a las nuevas tendencias y exigencias del mercado.

Palabras clave: Emprendimiento, innovación, Turismo cultural, economía naranja.

ABSTRACT

Dynamic entrepreneurship is considered a topic of great interest, since it allows the generation of business initiatives stimulated by dreamers and creative people, who envision business opportunities with high potential for innovative growth and generating significant changes in the tourism sector; thereby allowing progress towards the sustainable development of the business ecosystem. In this sense, the line of research to which this research is articulated is entrepreneurship and the creation of tourism companies, associated with the theme of cultural and creative entrepreneurship; likewise, it aims to describe the characteristics of the dynamic and innovative entrepreneurial environment that contribute to the strengthening of companies in this sector; Likewise, it aims to determine the factors that influence the generation of capabilities for new dynamic innovative ventures, taking on challenges to promote the productive and business transformation of small groups of entrepreneurs, based on the theoretical foundations of authors such as: Ibarra A Castrillo A (2013), Grebel (2003), Filion (2003) and Kruger (2004), Vesga F. R, Rodríguez D. M, Schnarch G. D and García V. O. (2015), among others. In this order of ideas, the present study is considered descriptive in nature, non-experimental in the field with a cross-sectional design. To collect the information, a survey was used as a collection technique, and a questionnaire was used as an instrument for collecting the information, with multiple choice questions on a Likert scale, related to the variables under study, supported by statistical methods that allowed the variable under study to be measured in order to generate changes that impact the launching of new ventures or successfully innovate in existing ones and respond to new market trends and demands.

Keywords: Entrepreneurship, innovation, cultural tourism, orange economy.

1. INTRODUCCIÓN

Para entender mejor el impacto de la actividad emprendedora sobre el crecimiento económico, se pueden utilizar las teorías económicas que incorporan el desarrollo de ideas innovadoras como factor determinante del crecimiento empresarial, que propicien el desarrollo de modelos emergentes que sustentan en la evolución empresarial, asimismo, es posible identificar distintos tipos de efectos de la creación de empresas que impactan positivamente sobre el crecimiento económico, de los diferentes sectores de la economía, para este propósito se fija posición en el sector turismo y el sector de las industrias creativas y culturales que hacen parte de la economía naranja. (CEPAL, 2002).

En este sentido, se destaca el aporte de nuevas capacidades que las empresas incorporan al mercado, favoreciendo y fortalecimiento la evolución del cambio estructural en la economía. A su vez, la creación de nuevas empresas, e incluso la potencialidad que ello suceda, lleva a un ajuste de comportamiento para aumentar sus niveles de eficiencia. Asimismo, existen numerosos ejemplos de innovaciones incorporadas por nuevas empresas, para buscar nuevas alternativas y nuevos espacios en el mercado. A su vez, el proceso de creación de empresas aumenta la diversidad de bienes y servicios, lo que conduce a una mayor oferta para las necesidades de los consumidores. (CEPAL, 2002)

De manera semejante, es oportuno entender por qué es importante la economía naranja y es necesario empezar por conocer un poco más de qué se trata este término. Según el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), es “el conjunto de actividades que de modo encadenado permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad”. Desde esta perspectiva, es considerada un sistema económico que se centra en la producción y consumo de bienes y servicios que fomenten el desarrollo de la cultura y la creatividad. Asimismo, se denomina naranja por la asociación que suele darse entre el color naranja y la industria creativa y cultural. La economía naranja, reconocida también como la “economía de las ideas”, ha ido creciendo en

tamaño e importancia durante décadas, pero a menudo se pasa por alto porque no encaja en los modelos económicos tradicionales.

En este orden de ideas, en el siglo XVIII, el economista irlandés Richard Cantillon manifestó lo que se considera hoy una de las primeras definiciones de emprendimiento; siendo esta en palabras de Minniti, (2012), "la voluntad de los individuos de desarrollar formas de intermediación que implican el riesgo económico de una empresa". Desde Cantillon hasta nuestros días numerosos economistas han contribuido a dar forma al significado y a las implicaciones económicas de la figura del emprendedor. entre los autores más representativos se encuentran John Stuart Mill (1848), quién generalizó con su obra el término emprendedor, así mismo Joseph Schumpeter (1934), para quien el empresario innovador es el propiciador de los procesos de innovación, los cuales son la causa que permite el desarrollo de las sociedades.

En la actualidad, el concepto de emprendimiento sigue siendo ambiguo, no contando con una única definición válida; de modo que a la hora de revisar estudios empíricos previos se observa que los diferentes autores optan por hacer sus propias definiciones para definir ¿Qué es emprendimiento?, dejando patentes diferentes para entender el concepto; siendo las más frecuentes el estudio de indicadores, la realización de encuestas, o relacionar el emprendimiento con el autoempleo, las definiciones obtenidas por estos métodos es globalmente aceptada, pero ayudan a dar luz sobre el estudio del fenómeno emprendedor.

Por otra parte, el emprendimiento dinámico se considera hoy una de las fuentes más importantes de crecimiento para la economía de cualquier país. Este tipo de emprendimiento permite convertir las ideas en empresas capaces de romper fronteras de productividad y crecimiento económico, además reconfigura los modelos de negocio y desarrolla nuevos productos y servicios, para satisfacer demandas latentes o insatisfechas. De hecho, el emprendimiento dinámico trabaja con un elemento sorpresa en sus estrategias, pues aspira a cuestionar los límites de lo posible, en términos de creación de valor y productividad.

Finalmente, las comparaciones entre emprendedores y no-emprendedores revelan que estos son, en general, similares en cuanto a atributos personales y a sus actitudes con respecto al riesgo. No existe un grupo de atributos o un atributo específico 'requerido' para la actividad emprendedores, o para predecir quien es más propenso o no a ser emprendedor. En este orden de ideas, la Ley Naranja reconoce que la realización de estos sueños es un esfuerzo colectivo en el que participan múltiples agentes, dentro de los cuales los emprendedores son articuladores esenciales para que las ideas se transformen en la base de una economía, dado que la economía naranja es un modelo de desarrollo que se basa en la creatividad y la diversidad cultural para transformar la economía y la sociedad de un país. Este modelo se centra en la producción, creación y distribución de bienes y servicios culturales y creativos.

- 2. Fundamentos teóricos

Los fundamentos teóricos (o el marco teórico) de un proyecto o de una investigación es el conjunto formado por la documentación y reflexión previa respecto al tema a investigar que los investigadores han recopilado y analizado, y que les sirve como sostén conceptual de su trabajo o proyecto final. Permitiendo con ello desarrollar los aspectos conceptuales del tema objeto de estudio.

- ¿Qué es Emprendimiento?

Al referirnos a la definición conceptual de ¿qué es emprendimiento?, Según Schumpeter, profesor de Harvard, quien se utilizó por primera vez el término para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. Contraponiéndose a esta teoría, la escuela austríaca manifestó una discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas. Hoy en día se aceptan ambas como actitudes emprendedoras, pero los patrones de enseñanza para uno u otro son en cierto modo diferentes.

Ninguna definición del emprendimiento es lo suficientemente precisa o descriptiva para los ejecutivos que desean tener más espíritu emprendedor. Todo el mundo desea ser innovador, flexible y creativo. Pero por cada Apple, Domino's y Lotus, hay miles de nuevos negocios, tiendas de ropa y firmas consultoras que presumiblemente han tratado de ser innovadoras, de crecer y de mostrar otras características que demuestran la existencia de espíritu emprendedor en un sentido dinámico, pero que han fracasado.

En este orden de idea, para (Perez, A, 2022). Definir emprendimiento es hablar de la capacidad de partir de cero para crear un proyecto, una iniciativa o un negocio. A día de hoy, el emprendimiento toma muchas formas y, por eso, puede hablarse de tecno-emprendedores, intraemprendedores, emprendedores sociales, trabajadores autónomos y muchos otros. Dado que este espíritu, se considera un fenómeno complejo que involucra un conjunto de actividades con características técnicas, humanas, administrativas y empresariales, cuyo desempeño requiere un conjunto diverso de habilidades. Donde la proporción en que se presenten determinará las diferentes categorías y tipos de empresarios.

Con este mismo propósito: ¿Por qué se debe emprender?

La respuesta es elocuente, se debe emprender, porque el espíritu empresarial se materializa en proyecto cuando la idea de base para un nuevo negocio se combina con dos elementos, conexiones y oportunidades. Eso es el origen de lo que significa emprendimiento. (Perez, A, 2022), dado que, aunque existen muchas otras perspectivas y su variedad ayuda a dar respuestas precisas a dicha pregunta, como las que se relacionan a continuación.

- **Por innovar.** Emprender significa utilizar la creatividad y aplicar ideas innovadoras para marcar la diferencia en la comunidad al abordar una necesidad o crear un negocio con conciencia social.
- **Por colaborar.** El espíritu empresarial es una forma de pensar que ensalza la colaboración, la toma de riesgos y la activación. Primero, hay que ser

capaz de colaborar de manera productiva aprovechando las fortalezas y debilidades dentro de un equipo. Los empresarios deben poder abrazar la innovación, lo que, a veces, implica riesgos. Por último, el espíritu empresarial requiere de la activación, que convertirá los pensamientos e ideas en realidad.

- **Por aportar valor a la sociedad.** Emprender significa identificar un problema que afecta a uno mismo o a otras personas y pensar en distintas formas de resolverlo.

- **Por lograr la autorrealización**. El espíritu empresarial es una forma de vida, una manera revolucionaria de mejorar el pensamiento crítico. También significa el futuro. Para ser un empresario, debe mantenerse el control sobre la propia vida, así como todo lo que la rodea.

- **Para tener éxito.** Quien sabe qué es emprendimiento no duda en afirmar que equivale a encontrar y aprovechar las oportunidades ocultas a los demás para obtener resultados positivos.

- **Por apoyar el desarrollo de talento.** El espíritu empresarial ayuda a las personas a crear y desarrollar ideas que pueden ser la base de importantes descubrimientos y que podrían llevarlas al éxito.

- **Por atreverse a arriesgar.** Ser emprendedor significa ser capaz de hacer lo que apasiona a uno sin miedo a fallar.

- **Por reafirmarse.** El espíritu empresarial equivale a la libertad intelectual y la capacidad de ser **autosuficiente.**

Desde esta perspectiva, hay que tener en cuenta que el emprendimiento dinámico es un tema de creciente interés en la política pública de los países de América Latina. La creación y crecimiento de empresas es una de las fuentes más importantes de generación de riqueza y de empleo y oportunidades para la

población, y por lo tanto es una potencial herramienta para reducir la pobreza y elevar los ingresos. (Hidalgo, G, Kamiya, M. y Reyes, M, 2014).

Finalmente, en concordancia con la Ley 1014 del 26 de enero de 2006, por medio de la cual se fomenta la Cultura del Emprendimiento en Colombia, se entiende por Emprendimiento: “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado; su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad”. Para el caso de esta convocatoria, se calificarán por emprendimientos dinámicos e innovadores aquellos que crecen de manera rentable, rápida y sostenidamente, que son capaces reinvertir y de lograr un nivel de ventas bastante significativo en una década.

Niveles de emprendimiento dinámico innovador

Teniendo en cuenta que, el emprendimiento dinámico, esta definido en términos de tasas de crecimiento, e incluye a las empresas gacelas o de alto impacto, pero también a otras que contribuyen a la expansión del tejido de pymes competitivas aun cuando no presenten un patrón de crecimiento tan lineal, sostenido y exponencial, iidentificando con claridad las características distintivas de estos emprendimientos, donde el individuo o emprendedor, en el equipo que toma las decisiones fundamentales (incluidos socios y empleados en cargos directivos) y en la propia empresa.

En este sentido, se pretende entender quiénes son estos emprendedores dinámicos y cómo estas empresas nacen y crecen, es indispensable entender, también, cuáles son las características distintivas en cada uno de los tres niveles y cómo estas características se articulan entre sí para producir unas empresas que crecen de manera más rápida y sostenible que las demás. Considerando el esfuerzo colectivo que se exige este proceso, para estimular el desarrollo del emprendimiento dinámico, se requiere llegar a un entendimiento más profundo de estos procesos. (Vesga, R., Rodríguez, M., Schnarch, D., Rincón, O., García, O, 2017.), en este contexto, las características particulares en cada uno de ellos, se encuentra n

distribuidos en tres niveles, como son: nivel individuo, nivel equipo y nivel empresa. Como se puede observar en la figura 1.

Figura 1. Niveles de emprendimiento dinámico innovador



Fuente: (Vesga, R., Rodríguez, M., Schnarch, D., Rincón, O., García, O, 2017.)

- **Nivel individuo:** en primer término, en el en el nivel del individuo, (Vesga, R., Rodríguez, M., Schnarch, D., Rincón, O., García, O, 2017.), los emprendedores dinámicos tienen características específicas que los diferencian de otros tipos de individuos. En cuanto a sus características personales, poseen niveles especialmente altos de ambición en cuanto a las metas a las que aspiran lograr, indicando con ello que son, persistentes y se distinguen por la capacidad para comprometerse en la búsqueda del desarrollo de una empresa a pesar de las dificultades y obstáculos.

- **Nivel Equipo:** por su parte, también debe tener un conjunto de requerimientos para lograr darle vida a un emprendimiento dinámico. La efectividad del equipo que toma las decisiones cruciales en la empresa depende como se manifiestan las tres grandes condiciones en la interacción entre sus miembros: la solidez como equipo, la estructura y la retribución dentro del contexto de la organización, la solidez se refiere a la mezcla de

capacidad, interdependencia y flexibilidad, las cuales se relaciona con la compensación por el trabajo, el acceso a los recursos, el grado en el cual los miembros del equipo obtienen reconocimientos cuando logran resultados que contribuyan al aprendizaje organizacional. (Vesga, R., Rodríguez, M., Schnarch, D., Rincón, O., García, O, 2017.).

- **Nivel Empresa:** en este aparte, el nivel empresa se identifican asuntos relacionados con el tipo de actividad que esta desarrolla y la etapa del ciclo de vida en la cual se encuentra, con especial atención si se trata de una empresa que ha logrado una empatía clara entre su producto y la demanda de sus consumidores, y también a la forma como la empresa logra superar las exigencias que impone el crecimiento. En el terreno práctico, la medición del emprendimiento dinámico como observador externo. Puesto que, si bien los crecimientos rápidos en ventas y las rentabilidades elevadas deberían ser directamente verificables, por lo general, la información sobre estas variables no está disponible. (Vesga, R., Rodríguez, M., Schnarch, D., Rincón, O., García, O, 2017.).

Factores que inciden en la creación de nuevos emprendimientos dinámicos innovadores.

Seguidamente, en relación a los factores que inciden en la creación de nuevos emprendimientos dinámicos, está definido en términos de tasas de crecimiento, de alto impacto que contribuye a la expansión del ecosistema empresarial de manera sostenida y exponencial, las cuales se agrupan en 4 factores importantes, que se relacionan a continuación:

a. **Sociales:** Como se menciona anteriormente, uno de los cuellos de botella que más limita la capacidad del país de dar el salto en ciencia, tecnología e innovación, es la falta de capital humano. En los últimos años, se han dado pasos sustanciales en la materia. Por ejemplo, entre 2002 y 2011, el número de graduados en instituciones de educación superior colombianas se duplicó, al pasar de 133.442 a 267.708. De estos, sobresale el aumento en graduados en

carreras técnicas y tecnológicas que pasó de 23.249 a 90.621, o de doctorados que incrementaron de 32 a 258 durante el período. No obstante, lo anterior, llama la atención la limitación del país en disponibilidad de capital humano para la generación de conocimiento y el desarrollo exitoso de emprendimientos innovadores. (Hidalgo, G, Kamiya, M. y Reyes, M, 2014).

b. **Culturales:** El emprendimiento y la cultura de una región guardan una relación muy estrecha, debido al efecto de la cultura en las características de las organizaciones que forman una sociedad, de acuerdo con House, Hanges, Javidan, Dorfman, & Gupta, (2004). los valores en una determinada cultura sirven de filtro para ciertos comportamientos afines al espíritu emprendedor. Hayton, George, & Zahra, (2002). se cree que las diferencias entre culturas de distintas regiones demuestran que de verdad existen culturas más asociadas al emprendimiento y donde es mucho más fácil emprender.

c. **Económicos:** La financiación es uno de los factores más importantes del emprendimiento. Para llevar a cabo un nuevo proyecto empresarial es necesario tener capital, razón por la cual, aquellos emprendedores que no tienen o no consiguen levantar el capital suficiente, fracasan incluso antes de comenzar Blanchflower & Oswald, (1998). Esto queda demostrado de forma empírica en el estudio llevado a cabo por Van Gelderen, Thrurik, & Bosma, (2005). en el que concluye que la dificultad para conseguir el capital inicial es una variable que afecta de modo directo y negativo a la puesta en marcha de una empresa.

d. **Políticos:** La participación gubernamental en el consumo, sus transferencias, subsidios, y política tributaria está negativamente relacionada con el emprendimiento. Licht y Siegel (2005), mostraron que las reglas legales afectan a los niveles de actividad emprendedora y sugieren que estas deficiencias se pueden superar parcialmente utilizando redes sociales que faciliten el balance en los recursos necesarios. El gobierno actúa como un emprendedor cuando sus políticas directivas o facultativas crean ventajas competitivas para un país.

Concepto Economía Naranja

En el caso de la Economía Naranja, hay que destacar el color que suele asociarse a la cultura, la creatividad y la identidad, (Buitrago, F. Duque, I, 2013), la define como “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por: La economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y las áreas de soporte para la creatividad.

Figura 2. Conceptualización de economía naranja



Fuente: (Buitrago, F. Duque, I, 2013)

En este aparte, el autor explica que en este universo naranja a través de diferentes áreas impulsa la economía creativa, denominando la economía cultural como las actividades tradicionales, relacionadas con el arte y el patrimonio cultural; las industrias creativas como las actividades convencionales, que no se relacionan con la cultura, pero que finalmente, definen su relación con el consumidor a partir del valor simbólico en lugar de su valor de uso. (Buitrago, F. Duque, I, 2013), en este orden de ideas, en relación a las áreas de soporte para la creatividad y las industrias convencionales, las cuales son fundamentales para el desarrollo de estas industrias

a través de la investigación, el desarrollo y la innovación creativa y cultural (I+D+i), al igual que los derechos de propiedad intelectual y la educación profesional creativa.

En este orden de ideas, según lo establecido en la Ley 1834 de (2017), tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual. Las industrias creativas comprenderán los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, pero sin limitarse a los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial.

¿Por qué es importante la economía naranja?

La economía naranja, reviste importancia, debido a que las libertades creativas están en el centro de las políticas de desarrollo humano, como lo expresa el Premio Nobel en economía, Amartya Sen. “El fomento del bienestar y las libertades que buscamos en el desarrollo no puede sino incluir el enriquecimiento de las vidas humanas a través de la literatura, la música, las bellas artes y otras formas de expresión y práctica cultural, que tenemos razones para valorar (…) Tener un alto PIB per cápita, pero poca música, arte, literatura, etc., no equivaldría a un gran éxito en el desarrollo. De una forma u otra, la cultura envuelve nuestras vidas, nuestros deseos, nuestras frustraciones, nuestras ambiciones y las libertades que buscamos. (Sen, Amartya, 2004).

En este sentido, las industrias culturales según la (UNESCO, 2022), están influenciadas por la combinación de diversas áreas, como la creación y producción de contenidos y también da importancia al mercadeo que existe entorno a estos, para poder difundir aspectos culturales que son importantes a nivel social. Estos contenidos se convierten en bienes y servicios que están protegidos por derecho de

autor, dando relevancia a la creación intelectual que tienen ellos y da crédito a las personas que se dedican a ello.

Finalmente, la economía creativa reviste una importancia de primer orden, justo en el momento en el que se necesitan soluciones creativas para superar los retos que tiene plateados el planeta. Tal como se destaca en la resolución 74/1984 , de la Asamblea General de las Naciones Unidas, la economía creativa contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de múltiples maneras, especialmente: 1 (Fin de la pobreza), 5 (Igualdad de género), 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), 9 (Industria, innovación e infraestructura), 10 (Reducción de las desigualdades), 11 (Ciudades y comunidades sostenibles), 12 (Producción y consumo responsables), 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas) y 17 (Alianzas para lograr los objetivos). (UNESCO, 2022). De hecho, la economía creativa promueve la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano, factores que hacen que los sectores creativos resulten cruciales para la implementación de la Agenda 2030.

- **¿Por qué el color Naranja?**

El color naranja suele asociarse a la cultura, la creatividad y la identidad y es lo más cercano a identificar estas manifestaciones. Además “El Color Naranja es el más Feliz”; por lo que se puede aseverar que, la Economía Naranja es uno de los conceptos que está revolucionando el sector creativo. Considerado, una oportunidad para tomar en cuenta el talento de otros, intercambiar ideas y dar vida a un producto completamente innovador y lleno de valor intelectual, Young Marketing. (Buitrago, F. Duque, I, 2013).

Del mismo modo, la economía creativa, en adelante la Economía Naranja, representa una riqueza enorme basada en el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y por supuesto, la herencia cultural de nuestra región. Dado que es el color del Halloween (contracción de All Hallows’ Eve); y es el color que identifica a los (Buda en persona lo escogió); es además un color que se asocia con el fuego,

según las metáforas el fuego creativo y el fuego del amor. (Buitrago, F. Duque, I, 2013).

3. METODOLOGIA

En relación a la metodología, de acuerdo con (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) se refiere al plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación. En base a ello, se abordan todos los aspectos que se utilizaron para desarrollo de la misma.

En este sentido, el presente estudio se enmarca en el enfoque mixto, de acuerdo con (Tamayo y Tamayo, 2019), los estudios con enfoque mixto representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, con el fin de integrarlos de manera sistémica en un solo estudio, con el fin de analizarlos de manera conjunta para lograr un mejor alcance del fenómeno objeto de estudio.

Por otra parte, considerando las particularidades de la presente investigación y los criterios metodológicos establecidos para tal fin, se determinó que corresponde a una investigción de tipo descriptiva, con diseño no experimental transeccional de campo, de acuerdo con los postulados teóricos de autores metodológicos y concurriendo a la adopción tanto de técnicas como de métodos e instrumentos científicos, para dar cumplimiento a los requerimientos investigativos direccionados para el desarrollo de la presente investigación. asimismo, la población que la integra es considerada, una población finita, debido a que el número de unidades de análisis que la constituyen es menor a cien, constituida por grupos de personas y entidades del sector turismo que hacen parte de la economía naranja, con características similares, cuya actividad es representativa al propósito de la presente investigación.

Tabla 1. Caracterización de la población

Cargo	Ubicación	Total
Fundación Festival de la Cultura Wayuu.	Uribia · La Guajira	2
Fundación Cultural para las artes el deporte y la música wayuu Sauyeepia Wayuu.	Uribia · La Guajira	1
Fundación Festival de la Sal, Gas y Flamingo	Manaure – La Guajira	2
Grupo de emprendedores Cosechadores de sal	Manaure – La Guajira	2
Fundación Festival de la Frontera	Maicao – La Guajira	2
Casa de la Cultura “Ramiro Choles Andrade”	Maicao – La Guajira	1
Fundación Festival Francisco el Hombre en Riohacha	Riohacha – La Guajira	2
Fundación Carnaval de Riohacha	Riohacha – La Guajira	1
Fundación Cultural Sendero de Acordeones	Riohacha – La Guajira	1
Fondo Mixto para la Promoción de la Cultura y las Artes de La Guajira.	Sede principal Riohacha, La Guajira.	2
Fundación Festival del Plátano	Dibulla – La Guajira	1
Fundación festival y reinado gastronómico agroambiental y cultural de Mingueo La Guajira	Dibulla – La Guajira	2
Fundación Festival de la Amistad.	Hatonuevo – La Guajira	1
Casa de la Cultura de Hatonuevo Saith Ortiz	Hatonuevo – La Guajira	2
Fundación Festival de la Integración Minera.	Albania – La Guajira	1

La Guajira Tradición y encanto, el proyecto turístico y cultural que involucrará al municipio de Albania.	Lidera Alcaldía de Albania – La Guajira	2
Waya Guajira Hotel: una apuesta por el turismo sostenible y la ancestralidad	Albania – La Guajira	2
Fundación Festival del Carbón	Barrancas – La Guajira	1
Corporación Creación Cultura y Arte	Barrancas – La Guajira	2
Fundación Festival del Retorno	Fonseca – La Guajira	2
Academia Tierra De Cantores S A S	Fonseca – La Guajira	2
Fundación Festival de los Laureles Folclor y Cultura de Distracción	Distracción La Guajira	1
Casa de la Cultura Distracción: Fomento y Gestión del patrimonio Cultural.	Distracción La Guajira	2
Fundación Festival de Compositores	San Juan del Cesar - La Guajira	2
Asociación Agropecuaria Internacional-AGROIN. Grupo de emprendedores de Artesanías en Fique.	San Juan del Cesar - La Junta Guajira	2
La casa-museo Diomedes Díaz	San Juan del Cesar - La Junta Guajira	2
Fundación Festival Cuna de Acordeones - declarado Patrimonio Cultural y Artístico de Colombia.	Villanueva – La Guajira	2
Cooperativa Multiactiva Semillas Villanueveras	Villanueva – La Guajira	2
Fundación Festival del Cantante	El Molino - La Guajira	2
Organización Fiestas patronales de la Virgen del Rosario.	El Molino - La Guajira	2
Fundación Festival de las Flores y la Calaguala.	Urumita - La Guajira	2

Asociación de música tradicional talentos guajiros	Urumita - La Guajira	2
Alcaldía de Urumita: Programa Urumita emprende con su cultura.	Urumita - La Guajira	2
Fundación Festival de la Vela de Marquesote.	La Jagua del pilar – La Guajira	1
Alcaldía de la Jagua del Pilar: Proyecto La ruta cultural y turística “La Guajira, Tradición y Encanto”.	La Jagua del pilar – La Guajira	2
Total		**60**

Fuente: Elaboración propia, (2024)

Finalmente, en relación a las técnicas para la recolección de datos utilizadas fue la encuesta acompañada del cuestionario como instrumento, las cuales implican determinar los medios o procedimientos para obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos propuestos de la investigación.

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Sin duda alguna los resultados de investigación son producto del análisis de la información; los cuales incluyen los datos recolectados, su descripción, el análisis y discusión de cada variable objeto de estudio. En cierto modo, el propio documento que redactamos sobre el informe final de investigación, también es un producto de la investigación y es, sin duda, una de las formas más eficiente de presentarlos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Cabe resaltar, que para el analisis de los datos en la presente investigación se procesaron y analizaron mediante la aplicación de métodos y tecnicas estadísticas, los cuales serán expresados de acuerdo a los cálculos facilitados en cada una de las tablas donde se expondran de manera detallada, teniendo en cuenta las variables objeto de estudio.

4.1. EMPRENDIMIENTO DINÁMICO INNOVADOR

En aras de exponer los resultados de la presente investigación, sobre cómo es emprendimiento dinámico innovador, y específicamente los *Niveles de emprendimiento dinámico innovador,* de la cual se desprenden los indicadores: Individuo, Equipo y Empresa. Por otro lado, se encuentran los *Factores que inciden en la creación y desarrollo de nuevos (EDI)*; los cuales son: Sociales, Culturales, Económicos y Políticos. Finalmente, En función de lo planteado, se pone en consideración los siguientes resultados:

- Los Niveles de emprendimiento dinámico innovador

De acuerdo con las generalizaciones anteriores, se retoman los ítems correspondientes a los Niveles de emprendimiento dinámico innovador, Con el fin de dar cumplimiento a este propósito se presentan los resultados obtenidos a través de la recolección y tabulación de datos; para los indicadores: individuo, equipo y empresa, como se evidencia en la siguiente tabla 1.

Tabla 1. Análisis de los niveles de emprendimiento dinámico innovador

Alternativas de	*Individuo*		*Equipo*		*Empresa*	
respuestas	**FA**	**FR**	**FA**	**FR**	**FA**	**FR**
S	43	53,75	42	52,50	44	50,25
CS	15	43,75	14	42,50	10	42,25
AV	2	2,50	4	5,00	6	7,50
CN	0	0,00	0	0,00	0	0,00
N	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Suma	60	100,00	60	100,00	60	100,00
Media	4,46		4,50		4,47	
Mediana	5,00		4,90		5,00	
Moda	5,00		5,00		5,00	
Desviación Estándar	0,56		0,54		0,60	

Fuente: Elaboración propia (2024)

En el siguiente punto, se puede observar la dinámica sobre los resultados obtenidos en la tabla 1, en relación al comportamiento de los indicadores de los niveles de emprendimiento, entre ellos se desglosan según los parámetros establecidos, haciendo uso de tablas, donde se observa que de acuerdo a los valores correspondientes a las frecuencias tanto absoluta como relativa, el nivel individuo, obtuvo un porcentaje de respuesta significativo, alcanzando el 53,75% de las anidades de estudio coinciden en la puntuación de respuesta, seleccionando la alternativa siempre, dando respuesta a la pregunta formulada sobre el indicador ***nivel individuo,*** permitiendo con ello, indicar que los emprendedores tienen características específicas que los diferencian de otros tipos de individuos; por otra parte el 43,75% manifiesta que casi siempre sus características personales, poseen niveles especialmente altos de ambición cuando de alcanzar sus metas se trata, asimismo se observa que el 2,50% manifiesta que algunas veces el nivel individuo se distinguen por su capacidad para gestionar recursos en formas innovadoras.

Seguidamente, se muestran los resultados obtenidos a través de la media, para la cual se observa que el promedio alcanzado fue de 4,46, situándola en una categoría muy alta; con relación a la mediana se observa que el cincuenta por ciento o más de las respuestas son iguales, por lo que el valor alcanzado fue del 5,00, ubicándose por encima de la media, afirmando con ello una preferencia hacia las alternativas altas de opinión, como son según la escala siempre y casi siempre. Por consiguiente, con respecto a la moda se observa que la respuesta con mayor frecuencia es 5, indicando la alternativa siempre, con el valor más alto y finalmente en relación a la desviación estándar marca un valor equivalente al 0,56, marcando una baja dispersión en las respuestas.

En concordancia con las evidencias anteriores., los resultados responden a los postulados de (Vesga, R., Rodríguez, M., Schnarch, D., Rincón, O., García, O, 2017.), quienes señalan que en el ***nivel individuo*****:** los emprendedores dinámicos tienen características específicas que los diferencian de otros tipos de individuos. En

cuanto a sus características personales, poseen niveles especialmente altos de ambición en cuanto a las metas a las que aspiran lograr, su propensión al riesgo (visualizan oportunidades que otros no ven y se distinguen por su capacidad para gestionar recursos en formas innovadoras).

Seguidamente, en relación al indicador ***nivel equipos***, se puede observar que se 52,50% de las unidades de estudio, unificaron respuestas en relación a la alternativa siempre, coincidiendo que el nivel equipo implica un conjunto de requerimientos para lograr darle vida a un emprendimiento dinámico innovador; al mismo tiempo el 42,50% coincidió con la alternativa de respuesta casi siempre, en relación a la efectividad del equipo en la toma de decisiones cruciales en la empresa depende de la interacción entre sus miembros; así mismo otro 5,00% restante revelo que algunas veces están de acuerdo con las reglas del juego sobre las cuales las operaciones y retribuciones se relaciona con la compensación por el trabajo entre los miembros del equipo.

En consecuencia, a lo anteriormente expuesto, valores alcanzados por la media, revela un promedio de respuestas positivas en correspondencia con el nivel equipo, alcanzando una puntuación de 4,90 ubicándola en una categoría muy alta, según la escala; la mediana se observa que las respuestas coinciden en un valor de 4,50 encontrarse por debajo de la media, la moda obtuvo una puntuación de 5,00 lo que indica que la respuesta con más frecuencia, corresponde a la alternativa siempre; finalmente, la desviación estándar coincide con un valor del 0,59, indicando una muy baja dispersión de las respuestas.

En concordancia con lo anteriormente, (Vesga, R., Rodríguez, M., Schnarch, D., Rincón, O., García, O, 2017.) indican que el concepto ***nivel equipo*****,** está en correspondencia con los resultados alcanzados, dado que para lograr un emprendimiento dinámico, depende de la efectividad del equipo que toma las decisiones en la empresa y la interacción entre sus miembros, la solidez como equipo, la estructura y la retribución dentro del contexto de la organización y la flexibilidad para funcionar en equipo.

De manera similar, el ***nivel empresas,*** indica que el 50,25% se identifica con los asuntos relacionados con el tipo de actividad que esta desarrolla y la etapa del ciclo de vida en la cual se encuentra; en donde el 42,25% está conforme con alternativa casi siempre, dado que la empresa ha logrado una empatía clara entre su producto y la demanda de sus consumidores, logrando con ello superar las exigencias que impone el crecimiento del mercado, otro 7,50% coincidió con la alternativa de respuesta algunas veces están de acuerdo que en la práctica, la medición del emprendimiento dinámico como observador externo, revela que los crecimientos rápidos en ventas y las rentabilidades elevadas deberían ser directamente verificables,

Lo anteriormente expuesto, coincide con los resultados obtenidos en referencia a la media, la cual revela un promedio de respuestas positivas del 4,47, situándola en la categoría muy alta; seguidamente la mediana muestra que más del 50,00% de la misma manera la moda se ubica en una escala de 5,00, posicionándose por encima de la media y expresando una tendencia hacia las alternativas más altas de opinión; finalmente, en cuanto a la desviación estándar esta se ubica en una escala de 0,60, sellando una baja dispersión de las respuestas.

En común acuerdo con lo antes expuesto, los resultados obtenidos a través de las respuestas expresadas por los grupos de emprendedores encuestados, concuerdan a lo referido por los autores Koontz y Weihrich (2013) quienes definen los procedimientos como la forma en la que se determinan los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de líneas de acción, así como la asignación de los recursos necesarios para la consecución de esas metas.

Factores que inciden en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos dinámicos e innovadores

Seguidamente, el siguiente punto a tratar está relacionado con el respectivo análisis contenido en los oobjetivos propuesto, relacionado con los *factores que inciden en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos dinámicos innovadores en las empresas del sector turismo que hacen parte de la economía naranja*. En este

sentido, para alcanzar el siguiente propósito se proponen los indicadores: Sociales, Culturales, Económicos y Políticos, sobre los cuales se hará la respectiva reflexión.

Tabla 2. Análisis de los factores que inciden en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos dinámicos e innovadores

Alternativas de	*Sociales*		*Culturales*		*Económicos*		*Políticos*	
Respuestas	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR
S	42	52,50	39	58,75	48	65,25	36	56,25
CS	37	46,25	18	37,50	12	34,75	22	41,25
AV	1	1,25	3	3,75	0	0,00	2	2,50
CN	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
N	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Suma	60	100,00	60	100,00	60	100,00	60	100,00
Media	4,65		4,38		4,85		4,55	
Mediana	5,00		4,00		5,00		4,00	
Moda	5,00		5,00		5,00		5,00	
Desviación Estándar	0,56		0,58		0,62		0,59	

Fuente: Elaboración propia (2024)

A partir de las evidencias anteriores, relacionadas con los resultados obtenidos en la tabla 2, sobre la base de los indicadores de la dimensión factores en la creación y desarrollo de emprendimientos dinámicos innovadores, el análisis revela que al indicador ***factores Sociales,*** las revelaciones desde la meditación de las unidades de estudio encuestadas, revelan que el 52,50% que los cuellos de botella que más limitan la capacidad del país para dar el salto en ciencia, tecnología e innovación, es la falta de capital humano.

Desde otra perspectiva, es conveniente manifestar que el 46,25% afirma a través de la alternativa casi siempre, que, en los últimos años, se han dado pasos sustanciales en relación al número de graduados en instituciones de educación

superior colombianas; por otro parte, se puede aseverar que el otro 1,25% restante, indica que algunas veces podrían considerar las afirmaciones anteriores, dado que la limitación del país en disponibilidad de capital humano para la generación de conocimiento y el desarrollo exitoso de emprendimientos innovadores es alta.

De manera similar, la media, alcanzó un valor 4,65, ubicándose en una categoría muy alta, por otra parte, en relación a la mediana esta se observa que obtuvo una puntuación del 5,00, estacionándose por encima de la media, lo que indica que hay una tendencia hacia las alternativas de respuesta con un coeficiente alto en opinión de las unidades de estudio encuestadas. No obstante, la moda tiene una representación en la escala de medición del 5,00 indicando con ello, que la opción siempre, alcanzó una puntuación de alto nivel; finalmente, la desviación estándar obtuvo un 0,56, lo que refleja una baja dispersión de las respuestas.

Considerando, lo expuesto anteriormente, el indicador factores sociales están en correspondencia con los postulados expresados por (Hidalgo, G, Kamiya, M. y Reyes, M, 2014) quienes indican que los ***factores Sociales*****:** son considerados uno de los cuellos de botella que más limita la capacidad de dar el salto en ciencia, tecnología e innovación, es la falta de capital humano. En los últimos años, se han dado pasos sustanciales en la materia.

De manera semejante, al referirnos al indicador, ***Factores culturales*** se puede observar que el 58,75% indica que por muchas razones los factores culturales, expresan que el emprendimiento y la cultura de una región guardan una relación muy estrecha con las características de las organizaciones de la economía naranja; de manera semejante, el 37,50% coinciden que casi siempre los valores en una determinada cultura sirven de filtro para ciertos comportamientos afines al espíritu emprendedor dinámico e innovador; por consiguiente, el 3.75% considera que algunas veces coinciden con las afirmaciones de las respuestas anteriores y se cree que las diferencias entre culturas de distintas regiones demuestran que existen culturas más asociadas al emprendimiento.

A partir de las evidencias anteriores, la valoración obtenida en la media, fue del 4,38, posicionándola en una categoría de muy alta presencia; seguidamente, la mediana, se posiciona en la escala de medición con un 4,00 ubicándose por debajo de la media, pero al mismo tiempo precisando con ello una tendencia de altas alternativas de opinión. Finalmente, en referencia a la moda la valoración fue del 5,00 indicando una mayor frecuencia con una puntuación de 5, correspondiente a la alternativa siempre; para clausurar este análisis, en cuento a la desviación estándar la puntuación alcanzada es del 0,58 manifestando una muy baja dispersión de las repuestas.

En función a las evidencias anteriores, los autores, House, Hanges, Javidan, Dorfman, & Gupta, (2004). consideran que dicho concepto está en correspondencia con los resultados obtenidos, en relación a los ***factores culturales,*** dado que expresan, que el emprendimiento y la cultura de una región guardan una relación muy estrecha, debido al efecto de la cultura en las características de las organizaciones que forman una sociedad, de acuerdo con los valores en una determinada cultura sirven de filtro para ciertos comportamientos afines al espíritu emprendedor.

Dentro de este marco, los resultados obtenidos sobre los **factores económicos,** se observa que el 65,25% están en correspondencia con las respuestas sobre la alternativa siempre, donde las unidades de estudios encuestadas, expresan que la financiación es uno de los factores más importantes para poder consolidar cualquier tipo de emprendimiento, por otra parte el 34,75% manifiesta que hoy en día la principal fuente para obtener el capital semilla son los llamados family, friends and fools, amigos y familiares del emprendedor; finalmente teniendo en cuenta las afirmaciones anteriores donde se condensaron las respuestas de las unidades de estudio en relación al indicador factores económicos, cabe resaltar que las alternativas de respuestas precisadas fueron siempre y casi siempre, para las otras frecuencias no se registraron opiniones.

En este mismo marco, teniendo en cuenta los resultados proporcionados sobre la media corresponden al promedio de oposiciones positivas sobre el indicador

factores económicos, en ese sentido se observa que el valor representativo fue del 4,85, escalando una posición en la categoría muy alta; en la mediana se observa que la puntuación obtenida es de 5,00, logrando con ello posicionarse por encima de la media, lo que coincide dentro del análisis que revelan una tendencia hacia las alternativas de alta opinión; por otra parte, y no siendo menos importante, se fija la atención en los valores obtenidos en concordancia con la moda, se observa que la respuesta con mayor frecuencia es de 5,00; finalmente en relación a la desviación estándar, se revela una valoración de 0,62 indicando con ello una baja dispersión de las respuestas.

En concordancia con las afirmaciones anteriores, sobre los ***factores económicos***, se observa que están en concordancia con los conceptos expuestos por Van Gelderen, Thrurik, & Bosma, (2005), quienes indican que la financiación es uno de los factores más importantes del emprendimiento. Para llevar a cabo un nuevo proyecto empresarial es necesario tener capital, razón por la cual, aquellos emprendedores que no tienen o no consiguen levantar el capital suficiente, fracasan incluso antes de comenzar.

Finalmente, se presentan los resultados obtenidos sobre el indicador ***factores políticos***, en paralelo a ello se observa que las unidades de estudio evidencian un marcador del 56,25 % sobre la alternativa siempre, es decir, del total de las unidades de estudios encuestadas reconocieron que los factores políticos dependen de la participación gubernamental y que estos corresponde al consumo de sus transferencias, subsidios, y política tributaria relacionada con el emprendimiento, por otra parte el 41,25 % infieren que casi siempre se muestran las reglas legales que afectan a los niveles de la actividad emprendedora; mientras que el 2,50% declara que algunas veces el gobierno actúa como un emprendedor cuando sus políticas directivas o facultativas crean ventajas competitivas en torno a la actividad turistica.

En consecuencia, a lo antes expuesto, se observa que la media, revela un promedio de respuestas en positivo sobre el indicador factores económicos, por lo cual el valor obtenido fue de 4,55 ubicándose en la categoría muy alta; asimismo, en lo referente

a la mediana esta indica que el 4.00 de las respuestas se ubican en la escala de valores muy altos, 5.00 evidenciando una tendencia hacia alternativas de respuestas altas en opinión. Así mismo, en relación a la moda representa la escala de respuesta con más frecuencia, obteniendo un valor de 5,00, subrayando la alternativa siempre; finalmente la desviación estándar su puntuación es de 0.59 marcando una baja dispersión de las respuestas.

De acuerdo a lo antes expuesto, los resultados obtenidos están en concordancia con los conceptos de Licht y Siegel (2005), en relación a los ***factores políticos,*** los cuales dependen de la participación gubernamental corresponde al consumo de sus transferencias, subsidios, y política tributaria está negativamente relacionada con el emprendimiento. Mostrando con ello que las reglas legales afectan a los niveles de actividad emprendedora y sugieren que estas deficiencias se pueden superar parcialmente utilizando redes sociales que faciliten el balance en los recursos necesarios. El gobierno actúa como un emprendedor cuando sus políticas directivas o facultativas crean ventajas competitivas para un país.

CONCLUSIONES

En consecuencia, a lo anteriormente expuesto, a la revisión exhaustiva de literatura sobre la temática objeto de estudio y sobre la base de analizar el emprendimiento dinámico innovador como herramienta para fortalecer las empresas del sector turismo que hacen parte de la economía naranja del departamento de La Guajira, se presentan las siguientes conclusiones:

Por consiguiente, en lo relacionado con los niveles de emprendimiento dinámico innovador que coadyuven al fortalecimiento de las empresas del sector turismo que hacen parte de la economía naranja. se pudo concretar que dichos resultados evidencian que las empresas de este sector, en el caso particular se habla de las industrias creativas, artísticas y culturales, y que al mismo tiempo hacen parte de la llamada economía naranja, el nivel individuo coincide en que las actividades de emprendimiento realizadas son innatas, cuyas particularidades más destacadas que se pudo establecer es la confianza que posee en sí mismos para emprender,

innovar y de manera dinámica buscar soluciones a las diversas problemáticas que dan lugar al desarrollo de sus actividades cotidianas.

De manera semejante, atendiendo los resultados derivados de los factores que inciden en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos dinámicos innovadores en las empresas del sector turismo que hacen parte de la economía naranja en La Guajira. En atención a ello, desde una visión más optimista se considera que en muchos casos los factores que inciden en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos, son los factores económicos, es el que requiere una mayor atención, dado que es un factor clave para fortalecerlos y consolidarlos a lo largo de los años, facilitando con ello atraer cambios exponenciales en relación al desarrollo de emprendimientos en sector turismo.

RECOMENDACIONES

En relación a las recomendaciones, para el cierre de este proceso, sobre la base de los hallazgos encontrados a través de los resultados finales y en concordancia con las conclusiones anteriormente expuestas, se redactan las siguientes recomendaciones:

En este orden de ideas, en correspondencia con lo concluido anteriormente en base a *los niveles de emprendimiento dinámico innovador que coadyuven al fortalecimiento de las empresas del sector turismo que hacen parte de la economía naranja del departamento de La Guajira,* es importante reconocer los niveles de emprendimiento que coadyuven al desarrollo y fortalecimiento de los sectores de la economía cultural y creativa como apuestas productivas en el marco de la política nacional de desarrollo productivo. Con el propósito de dar a conocer y fomentar el acceso a instrumentos que benefician de manera transversal a todo el potencial cultural y creativo del sector turismo.

En este orden de ideas, los temas tratados en relación a los factores que inciden en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos dinámicos innovadores en las

empresas del sector turismo que hacen parte de la economía naranja en La Guajira. En este aparte, en relación a los factores se recomienda la creación y visualización de espacios para la experimentación interdisciplinar de laboratorios creativos, donde se propicie la generación de ideas innovadoras, para fortalecer la creación en las áreas artísticas, artes escénicas, valores culturares y patrimoniales.

Finalmente, estas iniciativas fortalecen el desarrollo integral de habilidades y competencias propias del saber artístico, cultural y tecnológico en las empresas del sector turismo en el departamento de La Guajira, gestionando con el Fondo Emprender capital semilla para crea Apps y fortalecer las líneas de crédito exprimiendo la Naranja.

Referencias

Aamodt, M. (2010). *Psicología industrial organizacional .* Mexico: Cengage Learning Editores.

Acosta Marín, J. (2011). *Implementación de un modelo de gestión de conocimiento en los procesos organizacionales. Caso DISAN.* Bogotá, Colombia: Tesis. Pontifica Universidad Javeriana .

Alles, M. A. (2010). *Desempeño por competencias: evaluación de 360 grados .* Argentina: Granica .

Amorós, E. (2011). *COmportamiento organizacional: en busca del desarrollo de ventajas competitivas .* Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Arias, F. (2016). *El proyecto de Investigación. Introducción a la metodologia cientifica. 7a Edición-.* Caracas, Venezuela.: Episteme.

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introduccion a la metodología científica .* Caracas, Venezuela : Episteme. Sexta edición.

Arraut Camargo, L. C. (2011). *La innovacion de tipo organizacional en las empresas manufactureras de Cartagenas de Indias.* Cartagena de Indias, Colombia: Universidad Tecnologica de Bolivar.

Barbosa Ramirez, D., Mihi Ramirez, A., & Noguera Hidalgo, A. (2014). *Gestión del conocimiento y liderazgo: Perspectiva de relación.* Bogotá, Colombia: Revista diversitas. Perspectivas en psicología. Volmen 1.

Barbosa Ramirez, D., Mihi Ramirez, A., & Noguera Hidalgo, A. (2014). *Gestión del conocimiento y liderazgo: Perspectiva de relación.* Bogotá: Revista DIversitas-perspectiva en psicología. Universidad del Rosario.

Barbosa, M. (2012). *La gestión del conocimiento desde la perspectiva de la dirección estrategica de recursos humanos.* Bogota: Universidad del Rosario.

Barquero Cabrero, J., Barquero Cabrero, C., Huertas Colomina, M., & Rodriguez de Luder, S. (2010). *Marketing de clientes. ¿Quien se ha llevado a mi cliente?* España: McGraw Hill. Interamericana.

Bellon, L., Suástegui, A., & Quiroz, J. (2015). *Efecto de la incertidumbre en un proceso de cambio organizacional en empresas comerciales.* Guadalajara, Mexico: Red de investigadores en competitividad .

Bernal, C. (2016). *Metodologia de la Investigación - 4ta. edicion.* Bogotá, Colombia, Universidad de la Sabana,: Pearson,.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación.* Colombia: Pearson Education. Tercera edición.

Berrio Caballero, H. J. (2013). *Gestión del conocimiento como base para la gerencia de centros de investigación en universidades públicas.* Riohacha, La Guajira : Revista dimensión empresarial. Volumen 11.

Bonilla Blanchar, E. (2011). *Metodología de la investigación. Un enfoque práctico.* Bogotá: Gente nueva editorial.

Brooking, A. (2004). *El capital intelectual: el principal activo de las empresas del tercer milenio.* Barcelona: Paidos.

Brunet, L. (2011). *El clima de trabajo en las organizaciones .* Mexico: Trillas .

Buitrago, F. Duque, I. (2013). *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita.* Bogotá, D.C.: Banco interamericano de Desarrollo, (BID).

Camacho, C. (2020). *Tesis Titulada: Impacto de la Ley Naranja sobre pequeñas empresas de Artes y Patrimonio en Bogotá-Retos y Necesidades. .* Bogotá, D.C.: Universidad de los Andes.

Camisón, C., & Villar, A. (2014). *La innovación organziacional como facilitador de capacidades de innovación tecnologica y desempeño de la empresa.* Journal of Business Research.

Carneiro Caneda, M. (2010). *Dirección estratégica innovadora .* España: Netbiblo.

Casanueva, J. C., & Gallego Agueda, M. (2010). *Capital social e innovación: una perspectiva interdepartamental .* Management Reneue, 21.

Chiavenato, I. (2011). *Admnistración de recursos humanos .* Mexico : McGraw Hill.

Condor Bermeo, Verónica. (2018). Articulo, titulado: Emprendimientos innovadores desde la ruralidad. El caso de Tungurahua en la sierra ecuatoriana. . *Scielo, Universidad y Socieda. Cuba. Epub 02 de febrero de 2018. Recuperado en 11 de julio de 2024, de http://scielo.*, 94-99.

Contreras Contreras, F., & Tito Huamani, P. (2013). *La gestion del conocimiento y las políticas públicas .* Lima, Perú: Universidad María Auxiliadora.

Contreras Medina, D., & Díaz Nieto, E. (2014). *La gestión del conocimiento factor clave de competitividad. Un estudio de los modelos y paradigma.* Contribuciones a la economía.

Coulter, R. (2014). *Administración.* Mexico: Pearson.

Cruz Alvarez, J., & Abreu, J. L. (2011). *Proceso de innovación en empresas sociales: una persperctiva de CI.* Revista intelectual. Volumen 11.

Cuadrado Vega, O. I. (2014). *Caracterización de la innovación en el sector de la salud. Estudio de caso; empresas presatdoras de servicios de salud y estética de la cuidad de Cartagena.* Cartagena: Tesis de Maestría. Universidad Tecnologica de Bolivar .

Daft, R. (2011). *Teoría y diseño organizacional .* Mexico: CENGACE Learning.

Davenport, W., & Prusat, G. (2011). *Como las organizaciones manejan lo que saben.* Buenos Aires, Argentina : Pearson Education.

Del Pino Romero, C., & Galán Fajardo, E. (2010). Internet y los nuevos consumidores: el nuevo modelo publicitario. *Telos: cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, 55.

Del Rio, M., Cornejo, V. y Rodríguez, M. (2023). Titulado: La Influencia del género en el Emprendimiento Turístico Innovador: Una revisión sistemática de la literatura. . *Cuadernos de Turismo. Nº 52; con ISSN:198.*, pp. 195-217,.

Delgado-Verde, M., Martin - de Castro, G., Navas-lopez, J., & Cruz-Gonzalez, J. (2013). Capital social, capital intelectual e innovacion del producto. Evidencia empirica en sectores manufactureros. *Revista Innovar Journal*, 98.

Dessler, G., & Varela Jarez, R. (2014). *Adminstración de recursos humanos: Enfoque latinoamericano.* Mexico: Pearson educacion.

Díaz, V. (2020). *Tesis Titulada Emprendimiento e innovación para la formalización de trabajadores informales de Cúcuta y su área metropolitana. .* Cúcuta.: Universidad Francisco de Paula Santander.

Escuea de negocios. (2023). *CESA. El emprendimiento de la A a la Z: la guía definitiva de su terminología.* Obtenido de https://www.cesa.edu.co/news/el-emprendimiento-de-la-a-a-la-z-la-guia-definitiva-de-su-terminologia

Franco, C. (2020). *Tesis tituldada: PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE TURISMO.* Bogotá, D.C.: Universidad Externado de Colombia. .

García Gonzalez, F. (2014). *Concepto sobre innovación.* Bogotá: Asociación colombiana de facultades de ingeniería.

García Rubiano, M., & Forero Aponte, C. (2015). *Contrato psicologico y cambio organizacional en una entidad perteneciente al sector terciaario de la ciudad de Bogotá.* Bogotá: Universidad pontifica de Colombia.

García Vesga, M. C., & Dominguez, E. (2013). *Desarrollo teorico de la resilencia y su aplicación en situaciones adversas.* Mexico: Revista latinoamericana de Ciencias sociales.

García, O., Quintero, J., & Arias, J. (2014). *Capacidades de innovación, desempeño innovador y desempeño organizacional .* Antioquia: Centro de investigaciones y consultoría de la Universidad de Antioquia.

Gómez Ortiz, R. (2014). *Gestión del conocimiento: tecnología e innovación .* Mexico: Limusa.

Gómez Vargas, M., & García Alsina, M. (2015). *Factores influyentes de la gestión del conocimiento en el contexto de la investigación universitaria.* Buenos Aires, Argentina: Revista del instituto de investigaciones .

Gonzalez, J., & Rodriguez, M. (2010). *Modelos de capital intelectual y sus indicadores .* Cuadernos de Administración.

Grant, R. (2014). *Direccion estrategica. Conceptos tecnicas .* Madrid: ALCALA.

Hernández & Mendoza. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta.* México, D.F.: Mc Graw Hill educación.

Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación .* Mexico : Mc Graw Hill Education. Sexta edición.

Hernández, Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación. Sexta Edición.* México, D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Hernández, V. (2017). *La gestión del conocimiento en las organziaciones .* Bogotá: Alfaomega.

Herrera, S. (2010). *La importancia de la educación en el desarrollo: la teoría del capital humano y el perfil del capital humano y el perfil edad ingresos por nivel educativo.* Argentina: Viedman y Carmen de Paragones.

Hidalgo, A. (2011). *La gestión de innovación como proceso.* Costa Rica: Conocimiento, Innovación y Desarrollo, Impresión Gráfica del Este, .

Hidalgo, G, Kamiya, M. y Reyes, M. (2014). *Emprendimientos dinámicos en América Latina. SERIE POLÍTICAS PÚBLICAS Y TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA.* Mexico, Brsil y Argentina.: Banco de Desarrollo de América Latin.

Hirsh, J., & Kang, S. (2015). *Mecanismos de conflicto de identidad: Incertidumbre, ansiedad y el sistema de inhibición del comportamiento.* Revisión de personalidad y psicología social.

Hurtado, J. (2014). *El Proyecto de Investigación (Spanish Edition). Comprensión Holística de la Investigación y la Metodología. Séptima Edición.* Caracas, Venezuela.: Ediciones Quiron. S.A.

Hurtado, J. (2010). *Metodología de la investigación holística.* Venezuela: Fundación Suypal.

Joia, L., & Malheiros, R. (2010). *Evidencias empiricas de las alianzas estrategicas en el capital intelectual de la empresa.* Portugal: Revista de administración y contabilidad .

Kawasaki, G. (2023). *Lortu*. Obtenido de https://lortucoach.com/la-realidad-emprender-no-puesto/

Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D., & Cruz, I. (2010). *Introduccion al marketing.* Madrid: Prendice Hall. 10 edición.

Liberona, D., & Ruiz, M. (2013). *Analisis de las estrategias organizacionales y tecnologicas para implementar programas de gestión del conocimiento en empresas chilenas.* Santiago de Chile: ELSEVIER DOYMA.

Malaver, F., & Vargas, M. (2011). *Formas de innovar, desempeño innovador y competitividad industrial.* Bogotá: Pontifica Universidad Javeriana.

Marulanda Echeverry, C., & López Trujillo, M. (2013). *Modelo para la creación de conocimiento para Pymes.* Cali, Colombia: Universidad Libre. Entramado, volumen 5.

Maya, E. (2017). *Método y técnicas de investigación.* Caracas: Mc Graw Will.

Mendez Alvarez, C. (2013). *Metodologia diseño y desarrollo del proceso de investigación con enfasis en ciencias empresariales.* Mexico: LIMUSA.

Ministerio de Cultura. (2023). *ABC de la Economia Naranja.* Obtenido de https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf

Ministerio de Cultura. (2023). *MINCULTURA. Gobierno de Colombia. el ABC de la Economomía Naranja.* Obtenido de https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/Paginas/ABC-DE-LA-ECONOM%C3%8DA-NARANJA/ABC%20DE%20LA%20ECONOM%C3%8DA%20NARANJA%20_.pdf

Misas, G. (2010). *Sistemas sociales de innovación y de producción y modelos productivos: dos enfoques conceptuales y metodologicos para explicar los procesos.* Bogotá: Innovación para el desarrollo. Universidad Nacional de Colombia.

Molina Morales, X., & Martpinez Fernández, T. (2012). *Redes sociales: efectos del capital social en la innovación empresarial. .* España: Revista Innovar, Volumen 22.

Moncayo, D., Alvarado, P., & Soto, L. (2015). *El clima organizacional dentro de una empresa.* Revista, Contribuciones a la economía.

Morales Campo, E. (2012). *El conocmiento y la información como factores de integración enb América Latina.* México: UNAM.

Morales Jaramillo, V., & Tirapé Moran, R. (2013). *Análisis del clima organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa.* Ecuador: Universidad Estatal de Milagros.

Moya Muñoz, P. (2016). *Sobre el concepto de innovacion .* Laboratorio de innovacion y emprendimiento.

Munch, L. (2011). *Liderazgo y dirección. El liderazgo del siglo XXI.* Mexico : Trillas.

Navas, J., & Guerra, L. (2016). *Fundamentos de direccion estrategica.* Thomson Reuters Civitas. Segunda edición.

Niño Rojas, V. M. (2011). *Metodología de la investigación diseño y ejecución .* Bogotá: Ediciones de la U.

Ochoa, M., & Santidrían, A. (2010). *Capital intelectual y creación de valor en las.* Revista de capital intelectual. Emerald group publishing. Vol. 11. .

Odriozola, S. (2013). *Una propuesta alternativa al concepto del llamado capital humano.* Porto Alegre: Textos & Contextos . Volumen 12. N, 2.

Ortega Muñoz, V. J. (2013). *Relación entre la innovación y desempeño organizacional: Un estudio empiríco en empresas industriales del eje cafetero.* Manizales: Tesis para Magíster. Univerisdad Nacional de Colombia.

Ostos Mariño, J. (2010). *Efecto mediador de la nnovación organizacional en la relación entre el entorno y el desempeño organizacional en empresas de servicio.* Lima, Perú: Tesis de Maestría. Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas.

Pabón, C. (2016). *Gestión del conocimiento y políticas de innovación.* Bogotá: Revista la propiedad inmaterial. Universidad externado de Colombia.

Patlán Pérez, J., Martínez Torres, E., & Hernández Hernández, R. (2012). *El clima y la justicia organizacional y su efecto en la satisfacción laboral.* International Administración & Finanzas.

Pérez Uribe, R., & Ocampo Guzman, D. (2015). *Las pequeñas empresas bogotanas: sobrevivencia a la sostenibilidad.* Bogotá: Nueva economía e innovación social.

Perez, A. (2022). *OBS Business School.* Obtenido de Qué es emprendimiento: definición y perspectivas.: https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-emprendimiento-definicion-y-perspectivas

Peréz, C. M. (2011). *La sabiduría secreta de Maquiavelo.* Madrid: Libros en Red.

Piedras, E. (2005). *Cuánto Vale La Cultura. Contribución Económica de las Industrias protegidas por el derecho de autor en México.* México.: Cargraphics, Carvajal S.A. de C.V.

Pineda, K., Morales, M. E., & Ortiz, C. (2011). *Modelos y mecanismos de interacción. Universidad-emrpesa-Estado.* Bogotá: Revista equidad & desarrollo .

Ramírez Martínez, D., Martínez Ruiz, L., & Castellanos Domínguez, O. (2012). *Divulgación y difusión del conocimiento: las revistas científicas.* Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Revilla, E. (2011). *Innovación tecnologica: Ideas básicas.* Fundacion Cotec.

Robbins, S., & Coulter, M. (2013). *Administración. Un empresario competitivo.* Mexico: Pearson Educacion.

Rocha Novoa, Y. (2016). *Gestión del conocimiento como estrategia innovadora para fortalecer el talento humnao en la funcion gerencial en empresas del sector de la construcción .* Sucre: Universidad tecnologíca de Bolivar.

Rodriguez Díaz, M., & Gonzalés Millan, J. (2013). *Gestión del conocimiento y el capital intelectual a través de los modelos universitarios.* Barranquilla : Investigación cientifica y tecnologica .

Ruta N. (2023). *Ruta N, Medellín. .* Obtenido de Ruta N, Medellín. http://rutanmedellin.org/es/recursos/abc-de-la-innovacion-rutan/item/emprendimiento-dinamico

Saavedra Herrera, L. (2017). *Propuesta de modelo para mitigar la resistencia al cambio en organizaciones en fusión o adquisición.* Bogotá: Universidad Santo Tomás.

Sabino, C. (2014). *El proceso de investigación.* Buenos Aires, Argentina.: Episteme.

Sen, Amartya. (2004). *How Does Culture Matter. En Culture and Public Action. Edited. by Vijayendra Rao and Michael Walton. .* Stanford, California.: University of Stanford.

Silva, J. (2014). *Metodología de la investigación. Elementos básicos.* Caracas, Venezuela: Colegial Bolivariana.

Solarte, M., & Solarte, C. (2017). *Influencia de la cultura organizacional y la innovación en la orientación al mercado de las empresas de familia de la ciudad de Pasto.* Pasto: Tesis de Maestría. Universidad de Manizales CESMAG.

Suárez, J. (2018). *Tesis doctoral, titulada: La capacidad de crear en turismo: Propuesta de un índice sintético Para medir la creatividad en Destinos turísticos. .* España.: Universidad en Jaén.

Tamayo y Tamayo. (2019). *El proceso de la Investigavión Científica. Quinta Edición.* México. D.F.: LIMUSA. S.A.

Tamayo y Tamayo, M. (2010). *El proceso de la investigación cientifica.* Mexico: Limusa S.A.

Tomado de: Serendipity Innovation Drivers. (2023). Obtenido de https://www.serendipity-innovation.com/diagnostico-y-plan-de-innovacion-2/index.html

UNESCO. (2022). *Perspectiva de la Economía Creativa.* Ginebra.: Naciones Unidas.

Uribe Peréz, R., & Ramirez Salazar, M. (2016). *Componentes organizacionales que explican la gestión de la innovación y el conocimiento en las pymes colombianas.* Universidad EAN.

Vallejo Aristizabal, D. J. (2011). *Condiciones necesarias para implementar una propuesta de gestión de conocimiento en el Caja de Compensación Familiar de Caldas-Comfamiliares.* Manizalez: Maestría Tesis, Universidad Nacional de Colombia .

Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustención: 7 pasos para una tesis exitosa, UN metodo efectivo para las ciencias empresariales.* Lima: Instituto de invetigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres.

Vesga, R., Rodríguez, M., Schnarch, D., Rincón, O., García, O. (2017.). *Emprendedores en crecimiento. El reto de la financiación. .* Bogotá, D.C.: Ediciones Uniandes, Facultad de Administración, Confecámaras.

Zapata, G., Mirabla, A., & Canet, M. (2015). *El entorno de la organización .* Santo domingo: Ciencia y sociedad.