

.UBAeconómicas **posgrado**

ENAP Escuela de Negocios y Administración Pública

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Negocios y Administración Pública

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
ORGANIZACIONES EN EL SECTOR CULTURAL Y
CREATIVO**

TRABAJO FINAL DE MAESTRÍA

Estudio exploratorio del ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá, año 2021 y 2022

Exploratory study of the entrepreneurial ecosystem in design of Bogotá, year 2021 and 2022

AUTOR: LAURA ESPERANZA QUINTERO CRISTANCHO

DIRECTOR: ADRIÁN LEBENDIKER

[DICIEMBRE 16 DEL 2024]

Dedicatoria

A todos los emprendedores y emprendedoras, los que han logrado sostenerse en el intento y a quienes están emergiendo.

A los diseñadores (as). Creadores (as) innatos (as) que se están formando o que ya están en el campo. Emprendedores (as) de ideas, constructores de esta realidad.

A la ciudad Bogotá, donde nací y crecí.

Agradecimientos

A mis padres; Julián y Clara, por su confianza y apoyo.

A la Universidad de Buenos Aires, por la oportunidad de continuar mi formación.

A mi director de tesis, Adrián Lebendiker, por su guía y acompañamiento.

A los líderes de las cinco Organizaciones de este estudio; Diego Rivera (SDE – FITIC), D.A. Restrepo (UTADEO – TL), Juan Sebastián Chavez (UR – CE), Samuel López (AC – LGSIC) y Julián Ballesteros (CJE – ZM).

A los emprendedores beneficiarios de cada Organización, por su confianza y apertura.

Resumen

Esta investigación, analizó el ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá, año 2021 y 2022, con base en las dimensiones para el desarrollo emprendedor (DDE), que Prodem (s.f.) describe en su anexo metodológico. Esto, a través de cinco Organizaciones líderes del contexto (SDE - FITIC, UTADDO - TL, UR - CE, AC – LGSIC y CJE – ZM). También, analizó su posicionamiento institucional, entendido como la especificidad en emprendimiento en diseño de cada una. Para esto, se aplicó una encuesta y una entrevista estructurada a sus líderes y, una encuesta a los beneficiarios respectivos. Finalmente, se determinó que las DDE de mayor incidencia fueron; sistema educativo, cultura y capital social, demostrando un fortalecimiento en el ecosistema. Sin embargo, se identificaron algunas de mediana incidencia como; estructura organizacional, condiciones de la demanda, financiamiento y, políticas y regulaciones, las cuales demuestran algunas limitaciones. Finalmente, las que requieren mayor fortalecimiento dada su baja incidencia, fueron condiciones sociales y vinculación con la Plataforma CTI.

Palabras clave: Industrias Creativas, Diseñadores, Economía de la Cultura, Innovación

Abstract

This research analyzed the entrepreneurial environment focused on design in Bogota between 2021 and 2022. It utilized the Entrepreneurial Development Dimensions (EDD) framework by Prodem (n.d.). Five key organizations (SDE - FITIC, UTADDO - TL, UR - CE, AC - LGSIC, and CJE - ZM) were examined for their institutional positioning in design entrepreneurship. Methods included structured surveys and interviews with leaders, as well as beneficiary surveys. Findings highlighted the educational system, culture, and social capital as areas with high incidence, indicating ecosystem strengthening. Medium incidence areas included organizational structure, demand conditions, financing, and policies/regulations, revealing limitations. Low incidence areas requiring greater attention were social conditions and linkage with the STI Platform. This research sheds light on the entrepreneurial landscape in Bogota, emphasizing areas for improvement to foster a more robust design entrepreneurship ecosystem.

Keywords: Creative Industries, Designers, Cultural Economics, Innovation

Índice

1	Introducción	7
1.1	Presentación	7
1.2	Descripción del tema/problema	8
1.3	Relevancia.....	9
1.4	Justificación	9
1.5	Estructura del TFM.....	13
2	Planteamiento del tema/problema	14
2.1	Formulación del tema/problema del TFM	14
2.2	Objetivos: general y específicos	15
2.3	Hipótesis	16
3	Marco teórico	16
3.1	Qué es un ecosistema emprendedor intensivo en diseño.....	16
3.1.1	El ICSEd - Prodem y las DDE	17
3.1.2	Qué es un emprendimiento dinámico.....	18
3.2	El diseño en la sociedad y las Industrias Culturales y Creativas (ICyC)...	19
3.3	Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB).	22
3.4	Pospandemia y sus implicaciones en Bogotá	23
4	Metodología	25
4.1	Tipo de estudio/diseño	25
4.2	Fuentes, herramientas de recolección y procesamiento de datos.....	25
4.3	Universo, muestra y unidad de análisis	29
5	Hallazgos/desarrollo.....	31
5.1	Incidencia de las DDE en las Organizaciones	31
5.1.1	DDE sistema educativo	31
5.1.2	DDE cultura	34

5.1.3	DDE condiciones sociales.....	39
5.1.4	DDE estructura empresarial	43
5.1.5	DDE condiciones de la demanda	44
5.1.6	DDE plataforma CTI.....	46
5.1.7	DDE capital social	47
5.1.8	DDE financiamiento	57
5.1.9	DDE políticas y regulaciones.....	63
5.2	Posicionamiento institucional de las Organizaciones	66
5.2.1	Caso SDE – FITIC	76
5.2.2	Caso UTADDO – TL	76
5.2.3	Caso UR – CE	77
5.2.4	Caso AC – LGSIC.....	77
5.2.5	Caso CJE – ZM.....	78
5.3	Condiciones sistémicas para el emprendimiento en diseño, en Bogotá.....	78
5.4	Problemáticas encontradas en las Organizaciones.....	90
5.4.1	Soluciones planteadas por las Organizaciones.....	91
6	Conclusiones/reflexiones finales.....	92
7	Referencias bibliográficas	98
8	Anexos.....	102
8.1	Anexo 1. Entrevistas a Organizaciones	102
8.2	Anexo 2. Encuesta a Organizaciones.....	153
8.3	Anexo 3. Encuesta a beneficiarios	154

1 Introducción

1.1 Presentación

Esta investigación realizó un estudio exploratorio del ecosistema emprendedor intensivo en diseño de Bogotá, en el año 2021 y 2022, a través de cinco Organizaciones líderes del contexto como la Secretaría de Desarrollo Económico con el Fondo de Innovación, Tecnologías e Industrias Creativas (SDE - FITIC), la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano con Tadeo Lab (UTADEO - TL), la Universida

d del Rosario con el Centro de Emprendimiento (UR - CE), Artesanías de Colombia con el Laboratorio de Gestión Social, Innovación y Creatividad (AC - LGSIC) y el Centro Javeriano de Emprendimiento con el programa Zumo Más (CJE – ZM). Ya que este es un ecosistema emergente y específico, se halló el estado actual de la cuestión en el contexto de Bogotá con base en las dimensiones para el desarrollo emprendedor (DDE) que se enuncian a continuación: sistema educativo, cultura, condiciones sociales, estructura empresarial, condiciones de la demanda, plataforma CTI, capital social, financiamiento, políticas y regulaciones locales (Prodem, s.f.). Además, se creó y propuso analizar la dimensión de posicionamiento institucional de las Organizaciones para analizar la especificidad en emprendimiento en diseño que cada una propone a través de variables como servicios, misión, visión, y equipo de trabajo humano. Asimismo, la percepción que tienen de estas sus beneficiarios respectivos.

Estas Organizaciones son relevantes, en Bogotá, ya que han gestionado programas para el desarrollo de emprendimientos en diseño e industrias culturales y creativas (ICyC). Es por esto, que se implementó una metodología exploratoria con enfoque mixto y diseño no experimental de tipo transversal descriptivo (Hernández et al., 1991). También, se seleccionó una muestra dirigida en la cual se aplicó una entrevista estructurada y una encuesta a cada uno de los líderes de las cinco Organizaciones y, también, a cuatro grupos de beneficiarios, respectivamente, ya que para el caso de UR – CE, no fue posible conseguir estos datos, con lo cual, tampoco fue posible hacer su análisis en totalidad. Sin embargo, la información analizada facilita el acceso abierto y, así mismo, propicia la formulación y aplicación de propuestas funcionales para las Organizaciones y todo nuevo proyecto que desee conformarse en el ecosistema de estudio.

1.2 Descripción del tema/problema

A nivel América Latina, hay estudios sobre emprendimiento e innovación encabezados principalmente por Prodem, desde hace más de quince años. De hecho, es justamente a causa de esta iniciativa que se determinan las dimensiones para el desarrollo emprendedor (DDE), a partir de las cuales se fundamenta este estudio ya que establece un índice llamado ICSEd para medir las condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico en cualquier país de la región (Prodem Unga, 2014). Actualmente existen publicaciones sobre la temática basada en investigaciones del mismo programa, de las cuales se encuentran reportes anuales a nivel regional y, por otro lado, hay algunos reportes por país, basados en este índice. Esto es un gran aporte a la región que se encuentra en desarrollo, es decir que la voluntad de investigar al respecto es emergente e, incluso, invertir en políticas que propicien el desarrollo emprendedor a nivel nacional, respectivamente (Kantis, 2021). Esto también se puede apreciar a través de otros estudios sobre políticas para el emprendimiento dinámico en la región, donde se analizan casos de estudio como Chile, Brasil y, también, a nivel ciudad con Buenos Aires y Medellín (Kantis et al., 2012).

En este sentido, a nivel Colombia, hay una publicación desarrollada por la Alcaldía de Medellín y Creame, de la mano del Prodem que informa sobre las condiciones sistémicas para emprender en Medellín, una de las ciudades capitales del país que se caracteriza por ser una de las pioneras en la región en cuanto a emprendimiento e innovación. En este reporte, se analizan las condiciones sistémicas de esta ciudad y se calcula el Índice de Condiciones para el Emprendimiento en Ciudades (ICEC - Prodem) (Alcaldía de Medellín et al., s.f.). Sin embargo, no hay estudios realizados en Bogotá que realicen este mismo análisis y, específicamente en diseño, a pesar de ser la capital de Colombia y que según la Global Startup Ecosystem Report (GSER), Bogotá aparece como la segunda ciudad de América Latina en el escalafón de ecosistemas emergentes de emprendimiento y, según Invest in Bogotá, su ecosistema emprendedor cuenta con 16 incubadoras, 13 aceleradoras, 40 espacios de coworking y más de 10 plataformas de matchmaking entre inversionistas y emprendedores (Invest in Bogotá, 2020). En este sentido, el ecosistema emprendedor de Bogotá existe y tiene un gran impacto para Colombia, pero la ausencia de estudios que focalicen en diseño evidencia un vacío de información que impide la generación de conocimiento y creación de proyectos que propicien el desarrollo del mismo. Tampoco hay estudios que abarquen el ecosistema emprendedor intensivo en diseño de Bogotá en el año 2021 y 2022, por lo tanto, esta carencia

genera mayor incertidumbre respecto a la gestión de este campo ya que, es importante resaltar que este tiempo pos pandémico derivó en cambios a nivel global. Es por esto que se pretende hallar el estado de la cuestión durante ese tiempo de estudio, lo cual, aporta un diagnóstico más cercano al respecto, útil para todos los actores del ecosistema.

1.3 Relevancia

Las Organizaciones que hacen parte del ecosistema emprendedor intensivo en diseño, cumplen un rol relevante para el desarrollo y fortalecimiento del mismo. Estas pertenecen al sector tanto público como privado y plantean diferentes objetivos en cuanto a su función en la sociedad; uno de esos, el desarrollo del emprendimiento en general y, a la vez, la ejecución de programas específicos para el desarrollo del mismo en el área del diseño y, también para el sector de las industrias culturales y creativas (ICyC). Por este motivo, es pertinente estudiarlas e indagar sobre la gestión llevada a cabo por cada una de estas durante el tiempo de estudio mencionado. Por otro lado, el diseño hace parte de la Cuenta Satélite de la Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB) (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2023) y, según su clasificación, este hace parte de las creaciones funcionales, en las cuales también se encuentran áreas que son transversales, es decir, que su actividad incluye al diseño como una de las actividades fundamentales en la producción que estas realicen. Asimismo, el diseño es un área de producción simbólica en la que emprenden varios profesionales sin tener conocimientos administrativos de base, por lo tanto, a la hora de emprender se presentan dificultades en el sostenimiento de sus ideas.

Lo expuesto anteriormente, conlleva a determinar la realización de este estudio ya que los resultados pueden llevar a reflexionar sobre la forma en que se enseña el diseño y se aplica en el campo laboral. Indagar sobre las necesidades actuales de la industria y la sociedad, así como cuestionar el propósito y sentido actual del diseño; es decir, el por qué, para qué y según qué contexto se emprende en esta área. Es así que, abordar este ecosistema permite diagnosticar su estado actual y, así, desarrollar ideas que mejoren la gestión y el desarrollo del mismo para todos los actores involucrados.

1.4 Justificación

Las Organizaciones de esta investigación tienen características particulares que las hace diferentes en el ecosistema emprendedor intensivo en diseño de Bogotá. En primera instancia, hay dos que pertenecen al sector público (SDE - FITIC y AC - LGSIC) y, en segunda instancia, tres de estas pertenecen al sector privado de la educación universitaria (UTADEO - TL, UR - CE y CJE - ZM). Estas fueron seleccionadas como casos de estudio,

ya que se diferencian de otras entidades del ecosistema emprendedor de Bogotá, por sus iniciativas desarrolladas con el fin de propiciar y desarrollar el emprendimiento en el sector de las ICyC y, en casos más específicos, en diseño. A continuación, se describen las características de cada una de estas.

Iniciando por el sector público, la Secretaría de Desarrollo Económico (SDE) es una entidad que lidera a nivel distrital para la formulación, gestión y ejecución de políticas de desarrollo económico. El Fondo de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas (FITIC), es una iniciativa adscrita a la SDE con el fin de dinamizar, sofisticar y diversificar el tejido empresarial de Bogotá. Mientras que Artesanías de Colombia (AC) es una entidad adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MICT), reconocida por su labor en cuanto a la gestión para el desarrollo, reconocimiento y comercialización de las artesanías del país; la cual, actualmente tiene varios laboratorios de creación, como el Laboratorio de Gestión Social, Innovación y Creatividad, que anteriormente se llamaba Laboratorio de Diseño, para potenciar su misión a través de los artesanos de Bogotá y toda Colombia.

En el sector privado, la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano (UTADEO), es una entidad privada con fines educativos que encabeza una de las facultades más impactantes en cuanto a la formación de profesionales en diseño y el desarrollo de esta área en Colombia. Esta, a través del liderazgo de TadeoLab (TL), que es una plataforma de la Universidad creada para la investigación, creación y el emprendimiento, ha formulado en alianza con SDE - FITIC, el programa Diseño Bogotá, para que las empresas locales generen innovación mediante procesos de diseño, creatividad y nuevas tecnologías. Asimismo, la Universidad del Rosario (UR) es una Universidad reconocida históricamente en el ámbito económico, político y científico del país; actualmente cuenta con Facultad de Creación (FACREA) y un Centro de Emprendimiento (CE) que depende de Rectoría y, tiene como misión, promover el emprendimiento en la comunidad rosarista a través de El Arte de Emprender, una innovación pedagógica de la Universidad. Finalmente, el Centro Javeriano de Emprendimiento (CJM), es una unidad que hace parte de la Vicerrectoría de Investigación de la Pontificia Universidad Javeriana, la cual propende por el fortalecimiento del emprendimiento y la cultura emprendedora de su comunidad; es así que, el programa de incubación Zumo Más (ZM), hace parte de los servicios ofrecidos y, se diferencia de los otros, ya que está dirigido a emprendimientos de las ICyC, específicamente.

Según la web oficial del Fondo de Innovación, Tecnologías e Industrias Creativas (Fitic, s.f.), hasta el momento tienen 1.200 empresas beneficiadas, veinte mil millones de pesos en recursos invertidos, 8 programas ejecutados y 12 alianzas generadas. Respecto a

Artesanías de Colombia, a lo largo de sus 60 años de trayectoria hasta la fecha, ha divulgado la identidad del país y preservado el patrimonio cultural en todas sus regiones (Artesanías de Colombia [AC], 2014), a través de sus diferentes iniciativas y, el Laboratorio de Gestión Social, Innovación y Creación (LGSIC) ha sido una figura determinante en Bogotá, ya que se encuentra una diversidad artesanal proveniente de todas las regiones de Colombia que ha incrementado en los últimos 20 años debido al desplazamiento forzado del país, por lo cual, la artesanía se convierte en una de las principales fuentes de ingresos para esta población. Asimismo, AC ha logrado realizar diferentes alianzas a través de entidades estatales como la SDE y el Instituto Distrital de Turismo (IDT); en las cuales, según las fechas más cercanas, en el año 2019 contó con la participación de 150 artesanos de la Ciudad y logró posicionar un stand institucional en Expoartesanías. También, es importante destacar que, en el año 2020, pese a las condiciones de la pandemia, se participó en la plataforma virtual Bazaarbog con 29 artesanos de Bogotá y Cundinamarca. (AC, s.f.).

La Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano a través de TadeoLab (UTADEO, 2020) ha logrado conformar, desde el año 2013, un learning planet de makers (creadores) y thinkers (pensadores), a través de metodologías propias de ideación, prototipado y ejecución de proyectos por parte de los estudiantes; además, ha establecido convenios con otros actores del ecosistema para apoyar procesos de emprendimiento, específicamente con FITIC a través del programa Diseño Bogotá, realizado en el año 2021 y, en el que según la presentación emitida por esta Organización, participaron 320 emprendedores como parte de la estrategia para la reactivación económica de la Ciudad, dadas las consecuencias de la pandemia. (Canal Utadeo, 2022, 0m03s). Asimismo, el Centro de Emprendimiento de la Universidad del Rosario (UR - CE, s.f.), ha formado a 13.845 personas, acompañado a 1.516 proyectos, creado 300 empresas y, han llegado a tener 39.688 personas en eventos; además, se caracteriza por tener ejes de trabajo como Factory, Design Lab, El Arte de Emprender y, el Maker Lab. Finalmente, según la web oficial del Centro Javeriano de Emprendimiento, el programa de incubación Zumo Más (Pontificia Universidad Javeriana [PUJ], s.f.), acompaña a los emprendedores a través de 13 semanas, en el desarrollo de sus proyectos para encontrar un equilibrio entre los objetivos artísticos y la viabilidad económica de los mismos.

Es así que, con base en la descripción realizada sobre las Organizaciones de esta investigación, se considera relevante abarcarlas pues no hay estudios que aborden la temática al respecto y, por consiguiente, sería un valioso aporte realizarlo con base en las DDE que se plantean como ejes de análisis para la cuestión: sistema educativo; cultura; condiciones sociales; estructura empresarial; condiciones de la demanda; plataforma CTI; capital social,

financiamiento y, políticas y regulaciones. (Prodem, s.f.). Asimismo, determinar las condiciones sistémicas existentes en Bogotá para el emprendimiento en diseño, con base en el año 2021 y 2022. Además, se crea y propone analizar la dimensión de posicionamiento institucional de las Organizaciones para analizar el nivel de especificidad y sentido de este sector a través de variables como servicios ofrecidos, misión, visión, y equipo de trabajo humano de cada Organización. Esto, en relación a la percepción de sus beneficiarios, respecto al posicionamiento institucional que cada una de estas proyectan. De esta manera, se facilita el acceso a una información abierta al diseño, la aplicación e iteración de propuestas funcionales para el desarrollo del ecosistema en estudio.

También, es importante destacar al diseño como área de las ICyC que aporta valor a la sociedad y así mismo necesita el reconocimiento tanto de este sector como de Bogotá. De hecho, según el boletín técnico CSECCB, en el año 2022, las creaciones funcionales indican un 70% de participación en el valor agregado de este sector de la economía, en Bogotá (DANE, 2023, p.1). Asimismo, la economía cultural y creativa de la Ciudad representa un 54.8% de participación en la misma a nivel nacional (Ibídem, p.4), con lo cual, las creaciones funcionales tienen una alta incidencia en el desarrollo de este sector económico del país. Es importante mencionar, que dentro de la clasificación mencionada se encuentran áreas como medios digitales y software, publicidad, y diseño; en las cuales, esta última tiene una participación determinante para la producción eficiente de las otras dos áreas, en las cuales también se puede emprender. De hecho, el diseño se puede ver cada vez más involucrado en la resolución de problemáticas contemporáneas, tal como lo menciona Restrepo (2020), respecto a la metodología aplicada en el desarrollo de políticas públicas para las ICyC, a través del diseño sistémico¹:

En los últimos años, el área del Diseño ha despertado gran interés por las maneras divergentes de abordar problemas propios de las situaciones que culturalmente veni-

¹ La metodología, Systemic Design Toolkit (SDT) (Jones & Van Ael, 2022), fue aplicada en los Encuentros Cultura Crea, del año 2020, en Colombia. Esto puede comprenderse en mayor medida a través de la publicación: Insumos para la construcción de una política pública desde el diseño sistémico: Informe Final, Cultura Crea: Encuentros para pensar el presente y futuro del ecosistema cultural y creativo. Realizado entre el Ministerio de Cultura y la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

mos enfrentando. No es una novedad que, a nivel metodológico, el diseño haga aportes a la transformación de problemáticas, necesidades y oportunidades propias de las comunidades. (p. 20)

En este sentido, también es importante mencionar el reto con el que se enfrentan los emprendedores de este sector, ya que, hasta el momento, en diseño se tiene una gran capacidad creativa y buenas ideas pero se carece de una formación administrativa que oriente en la dirección de negocios en esta área (Sordelli, 2019), así que es relevante para los emprendedores adquirir asesoría especializada que se acerque aún más al logro de sus objetivos². Estamos en un contexto cambiante en el que se plantean desafíos profesionales sin alguna certeza para los trabajadores de diseño. En virtud de ello, analizar la incidencia de las DDE en las Organizaciones, puede aportar elementos en un campo específico de los trabajos vinculados al desarrollo emprendedor y herramientas a quienes trabajan en el desarrollo de programas y políticas orientadas hacia este sector. Esto contribuye a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 8 y 9 (ONU, 2015). También al Objetivo 2 del informe del 2018 de la Convención de la Unesco para la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales.

1.5 Estructura del TFM

Inicialmente hay una introducción general de la temática sobre el ecosistema emprendedor intensivo en diseño de Bogotá. De esta manera se dirige al lector al planteamiento del tema, el cual describe lo que es el ecosistema emprendedor de Bogotá en la actualidad y focaliza en las Organizaciones de este estudio. Para puntualizar el abordaje de esta investigación se menciona el objetivo principal y los específicos. A la vez, se plantean tres hipótesis con las que se fundamenta este estudio. Una vez mencionado esto, se establece el marco teórico que define los conceptos base para esta investigación: qué es un ecosistema de emprendimiento intensivo en diseño, qué características tiene un emprendimiento en diseño, qué son las DDE, cómo influye el diseño en la sociedad y porqué hace parte de la ICyC de Colombia. Seguidamente se describe la metodología de investigación, en la cual se aplica

² Esta información se encuentra ampliada en la entrevista realizada a Verónica Sordelli y Laura Patron, líderes del Centro de Emprendimiento de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (CDE – FADU) y, la cual se encuentra en la bibliografía.

una metodología exploratoria con enfoque mixto y diseño no experimental de tipo transversal descriptivo (Hernández et al., 1991).

Respecto a los hallazgos y el desarrollo, se describen y analizan las problemáticas encontradas en el ecosistema, iniciando por una breve introducción, para después profundizar a través de cada Organización en la incidencia que tienen las DDE en Bogotá, según el análisis de los datos obtenidos a través de la entrevista y encuesta realizada a los líderes de las Organizaciones y, otra encuesta para los grupos de beneficiarios respectivos a cada Organización. Seguidamente, se analiza la relación entre el posicionamiento institucional proyectado por las Organizaciones y la percepción que tienen de estas los beneficiarios. Una vez realizado este análisis, se determina la existencia y el estado actual de las condiciones sistémicas para el emprendimiento en diseño, en Bogotá, según el tiempo de estudio. Finalmente, se mencionan las conclusiones referencias bibliográficas y anexos.

2 Planteamiento del tema/problema

2.1 Formulación del tema/problema del TFM

Las cinco Organizaciones mencionadas para este estudio son reconocidas en Bogotá por su labor. Esta situación conlleva a indagar sobre la gestión que han llevado a cabo en el año 2021 y 2022, debido a las consecuencias de la pandemia, la cual, generó cambios a nivel global tanto sociales como económicos. Sin embargo, hasta el momento no existen estudios realizados sobre la temática. Existen investigaciones sobre los ecosistemas de emprendimiento de Bogotá, pero no focalizan en diseño. Es así que, estudiar las Organizaciones mencionadas conlleva a indagar sobre la gestión llevada a cabo y así, analizar las condiciones sistémicas existentes en la Ciudad, según el tiempo de estudio. A continuación, se mencionan las cuestiones que pueden conducir a describir la situación actual de la Ciudad, con base en las DDE mencionadas para esta investigación.

Cuáles son las problemáticas actuales de estas Organizaciones: En primera instancia se plantea la cuestión de la existencia de un ecosistema emprendedor intensivo en diseño consolidado en Bogotá, pero para llegar a medir esto es necesario abordar la incidencia de las (DDE) en cada Organización, cómo llevaron a cabo sus acciones durante el tiempo de estudio y qué ha sido efectivo para estas.

Cuál es la percepción que tienen los beneficiarios de estas Organizaciones con base en su experiencia: Esto abre la oportunidad de indagar sobre la demanda de los emprendimientos en diseño para futuras investigaciones. También, es importante corroborar si

existe una correspondencia en la percepción que estos tienen de las Organizaciones y sus necesidades actuales como emprendedores en este sector. Hallar la relación entre lo que plantean las Organizaciones y lo que sus beneficiarios perciben puede abrir un panorama listo a explorar y desarrollar aún más.

Qué posicionamiento institucional promueven estas Organizaciones a emprendedores de diseño: Indagar el nivel de especificidad dado por cada Organización a través de los servicios ofrecidos; misión, visión y equipo de trabajo humano es fundamental para hallar diferencias, aquello que las pone en relación y el rol que tienen en el panorama actual desde lo institucional hacia la sociedad. Es importante indagar entre estas variables ya que el posicionamiento del diseño, entendido como una práctica significativa, puede revelar distintos aspectos a partir de este análisis.

Cuáles son las condiciones sistémicas existentes en Bogotá, para el emprendimiento en diseño, según el tiempo de estudio: A partir del análisis de la incidencia de las DDE en cada Organización y de la correspondencia del posicionamiento institucional que estas plantean en relación a la percepción de sus beneficiarios, es importante determinar cuáles son las condiciones sistémicas existentes en Bogotá, para el desarrollo de emprendimientos en diseño, actualmente. Esto, con base en la experiencia de las Organizaciones durante el año 2021 y 2022, lo cual puede proporcionar un diagnóstico más cercano respecto a la fecha de este documento.

2.2 Objetivos: general y específicos

Objetivo general:

Desarrollar un estudio exploratorio entre cinco Organizaciones, para analizar el ecosistema emprendedor intensivo en diseño de Bogotá, en el año 2021 y 2022.

Objetivos específicos:

1. Analizar la incidencia de las (DDE) sistema educativo, cultura, condiciones sociales, estructura empresarial, condiciones de la demanda, plataforma CTI, capital social, financiamiento, políticas y regulaciones locales (Prodem, s.f.) y, también, el posicionamiento institucional, entendido como la especificidad que cada una de las Organizaciones tiene sobre el emprendimiento en diseño.

2. Hallar la relación entre la percepción de los beneficiarios con respecto al posicionamiento institucional de las Organizaciones; según su especificidad sobre emprendimiento en diseño, misión, visión, servicios ofrecidos y equipo de trabajo humano que cada una propone.
3. Analizar las condiciones sistémicas existentes para el desarrollo de un ecosistema emprendedor intensivo en diseño, de Bogotá, según la experiencia de las Organizaciones y beneficiarios de este estudio.

2.3 Hipótesis

- Existió una alta incidencia de las (DDE) sistema educativo, cultura, condiciones sociales, estructura empresarial, condiciones de la demanda, plataforma CTI, capital social, financiamiento, políticas y regulaciones locales (Prodem, s.f.) y, el posicionamiento institucional, entendido como la especificidad sobre emprendimiento en diseño; según las Organizaciones y beneficiarios de este estudio, en Bogotá, durante el año 2021 y 2022.
- Existió una alta especificidad respecto al posicionamiento institucional de las Organizaciones de este estudio, a través del emprendimiento en diseño, servicios ofrecidos, misión, visión y equipo de trabajo humano que cada una representa; según las Organizaciones y beneficiarios de este estudio, en Bogotá, durante el año 2021 y 2022.
- Existieron condiciones sistémicas para el desarrollo emprendedor intensivo en diseño de Bogotá, según la experiencia de las Organizaciones y beneficiarios de este estudio, durante el año 2021 y 2022.

3 Marco teórico

3.1 Qué es un ecosistema emprendedor intensivo en diseño

El concepto de ecosistema emprendedor, según Kantis, se refiere al conjunto de variables económicas, sociales, culturales y personales que inciden sobre el proceso de gestación, lanzamiento y desarrollo de las nuevas empresas conformando un Sistema de Desarrollo Emprendedor (Kantis y Drukaroff, 2007). Cuando un ecosistema es intensivo en diseño, Lebendiker (2007) afirma que se incluye a la innovación como uno de los factores críticos para el desarrollo de proyectos. Además, es preciso mencionar que Kantis (como se citó en Becerra y otros, 2005) apoya lo siguiente:

Diseñar en forma estratégica significa gestionar un megaproyecto. Es decir, encarar un proceso de convergencia previo a la tarea de diseño de producto. A lo largo de este proceso se considera la totalidad del sistema del producto, desde su materia prima hasta su distribución y se propone proyectar en función de una estrategia. La estrategia nos permitirá incorporar valor agregado y distinguir el producto frente a la competencia. En un proceso de diseño estratégico todas las variables del sistema son analizadas, enfatizadas o valoradas según una intención común. (Kantis y Drukaroff, 2007, p.16).

Con base en esto, la implicancia del diseño conlleva a mejores resultados que potencian la oferta de productos y servicios a nivel global. Actualmente, la propuesta de valor ofrecida por un emprendimiento depende en gran medida del diseño y esto implica más de lo que se cree en el imaginario de la sociedad. Irónicamente, el diseño es tan obvio ante la percepción que se desconoce el proceso que le antecede a cada materialización de un producto o servicio. Este proceso estratégico también se relaciona con lo que Chaves (1997) menciona como un segundo uso en los procesos del diseño que describe como “prácticas en las que el trabajo de prefiguración responda a un modelo de planificación global de la producción, la distribución y el consumo industrial” (p.104). Es importante mencionar que en este intervienen profesionales de diferentes áreas para aportar sus conocimientos, es decir que también implica un trabajo en equipo para empresas consolidadas o, en red, principalmente para emprendimientos. Puntualmente, el diseño en las empresas se ve en la innovación, producción, marketing y competitividad global (Kantis y Drukaroff, 2007). Entonces, reconocer esto es un paso hacia el desarrollo y la gestión de emprendimientos.

3.1.1 El ICSEd - Prodem y las DDE

Existen factores que propician condiciones sistémicas para el desarrollo emprendedor en determinado contexto y, para este caso, estos se han determinado con base en el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico (ICSEd - Prodem), el cual, según la web oficial del Prodem, se desarrolló con base en un modelo conceptual sistémico y ecléctico, respaldado por conocimientos sobre emprendimiento a nivel internacional y desde distintas disciplinas. Además, identifica 10 dimensiones que se organizan según 3 ejes:

el primero, capital humano emprendedor, el cual comprende dimensiones como sistema educativo, cultura y condiciones sociales; el segundo, factores que afectan el espacio de oportunidades, con las dimensiones estructura empresarial, condiciones de la demanda y plataforma CTI; finalmente, el tercer eje, factores que pueden promover o inhibir el desarrollo de emprendimientos dinámicos, con dimensiones como capital social, financiamiento, políticas y regulaciones. Es importante mencionar que, para su enfoque metodológico, se tuvieron en cuenta variables para caracterizar especialmente a países de América Latina con base en las mejores prácticas indicadas por la Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico (OCDE8) y según fuentes de datos como el Banco Mundial, el Global Entrepreneurship Monitor, el Global Competitive Index, el World Value Survey y UNESCO, entre otras (Prodem, s.f.).

Esta especificidad del ICSEd - Prodem, hace pertinente su aplicación en un contexto como el de Colombia y, particularmente en Bogotá, ya que es la ciudad capital. Sin embargo, para esta investigación se tendrán en cuenta las DDE mencionadas para su análisis a través de una metodología con enfoque mixto, más no para hallar el índice como tal. Para este caso, las DDE en las que se basa este índice, se estudian en el contexto y se utilizan como herramientas funcionales para comprender cuáles son las condiciones sistémicas existentes en Bogotá y, asimismo, identificar las fortalezas y debilidades de este contexto para el surgimiento de emprendimientos dinámicos.

3.1.2 Qué es un emprendimiento dinámico

En cuanto a la distinción de emprendimiento, se parte de la noción en la que se vuelve indispensable su existencia para lograr cambios positivos en diferentes contextos que se evidencian en el crecimiento económico, la generación de puestos de trabajo, la innovación y la creatividad. (Kantis y Drukaroff, 2007). Sin embargo, hay que destacar que este también se genera en ambientes corporativos, con lo cual, la implementación de una idea innovadora en una empresa de parte de un empleado y con el apoyo de un equipo de trabajo también es un emprendimiento que, en este caso, se denomina corporativo. Otsuka (2009) afirma: “Esto conlleva a la creación de nuevos negocios, mercados y valores, (...). Esto quiere decir que el emprendimiento, tanto individual como corporativo, crea por definición algo nuevo, aunque muchas veces tenga como base a empresas o tecnologías ya existentes” (p.1).

Para esta investigación, se abarca al emprendimiento como la generación de nuevas empresas que están en su etapa inicial de lanzamiento, posicionamiento en el mercado y que son potencialmente dinámicas. Es decir, aquellos que tienen mayor capacidad de impactar

en el crecimiento de la economía a través de innovación y, a un ritmo más acelerado, en relación a las microempresas y las grandes empresas. Tal como se describe en la web oficial de Prodem (s.f.):

Son todas aquellas que consiguen convertirse en (al menos) Pymes competitivas, con perspectivas de seguir creciendo, al cabo de los primeros tres o cuatro años de vida (en los que la tasa de mortalidad empresarial es más elevada) (...). Aquellos proyectos y empresas de reciente creación que prometen convertirse en esas nuevas Pymes competitivas con proyección de seguir creciendo, como así también a aquellas que ya lo han logrado (start ups y scale ups). (párr. 7).

Asimismo, los emprendimientos beneficiarios de esta investigación se caracterizan por pertenecer al área metropolitana del contexto bogotano, lo cual les es beneficioso ya que, según Moori y Kantis (2004), se identificó respecto al desarrollo de empresas dinámicas en áreas locales y metropolitanas de América Latina, que estas tienen menos limitaciones respecto a las condiciones del entorno, el fortalecimiento de redes preexistentes, extralocales, y las fuentes de conocimiento técnico innovador (pp. 91). Lo cual conlleva a pensar que existen mejores condiciones para el emprendimiento dinámico en Bogotá y, por lo tanto, los emprendedores beneficiarios de cada Organización tienen mayores posibilidades de lograrlo.

3.2 El diseño en la sociedad y las Industrias Culturales y Creativas (ICyC)

Con base en lo enunciado, se encuentra que el factor común del emprendimiento y el diseño está en la innovación, la capacidad de crear productos, servicios y valores en un mercado específico que generen una diferencia. Pero, aun así, es preciso delimitar aún más el lugar del diseño, en términos de sentido, potencialidad y especificidad para esta investigación. Es por esto mismo que se propone el análisis de la dimensión posicionamiento institucional de las Organizaciones y es a partir de la noción que define al diseño como una práctica significativa (Ledesma, 2010) que se fundamentará este concepto y que además se propone analizar a través de las siguientes variables: servicios ofrecidos, misión, visión y equipo de trabajo humano de cada Organización. Para esta investigación, es importante entender el sentido actual del diseño y el por qué se incluye en las ICyC de Colombia, ya que esto distingue una posición ideológica, política y económica respecto al concepto relacionado en Bogotá.

Con base en lo anterior, al abarcar el concepto de ICyC, estas se distinguen por la producción serializada de bienes y servicios de contenido simbólico que se disponen en variados soportes para su difusión y comercialización a nivel de masas. Estas se reconocen como editorial, audiovisual, de soporte tecnológico y de insumos que las atraviesan. Su principal producción es la de contenidos y, es aquí, donde la creación también caracteriza a esta industria pues, a través de esta se puede expresar el imaginario de una nación y genera un importante valor agregado (Getino, 2001). Asimismo, el manual del CAB 2016 define el campo cultural como “un conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos” (Convenio Andrés Bello, Cuenta Satélite de Cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica 2009, p 33). Sin embargo, es importante mencionar que la noción de cultura que integra las DDE para el análisis de esta investigación se diferencia, ya que es específica en cuanto a la valoración social del emprendimiento, las actitudes que se tienen hacia este, los modelos de rol y su difusión. En este sentido, Kantis (2004) dice:

En sociedades con culturas favorables a la empresarialidad es más factible que las personas deseen emprender para ganar reconocimiento social, para ser independientes o para seguir los pasos de otros empresarios a los que admiran (modelos de rol). La familia, el sistema educativo, empresas en las que trabajaron antes y los medios de comunicación definen contextos especialmente influyentes sobre la cultura e inciden en la formación de la motivación para emprender. (p.25)

También, concebir la creatividad dentro de esta industria, parte del hecho de generar ideas que serán explotadas económicamente a través de la propiedad intelectual. En este sentido, Howkins (2005), uno de los precursores de la economía creativa afirma:

Por “economía creativa” se entienden las operaciones que generan los productos creativos (resultantes). Cada operación puede comportar dos valores complementarios: el valor de la propiedad intelectual intangible y el valor de la plataforma física (de haberla). En algunos sectores, como el de los programas informáticos digitales, es mayor el valor de la propiedad intelectual. En otros, como las artes, el valor unitario del objeto físico es más elevado. (párr.21)

Un aspecto inherente a esta industria es su diversidad de sectores que remite al trabajo en equipo o en red necesario para el desarrollo de un emprendimiento. Esto se asocia al concepto de transversalidad ya que corresponde al desarrollo de una cultura sustentable que tiene en cuenta los sectores en los que esta actúa y también los apoyos que tienen estos a nivel local, nacional, regional, internacional y transnacional (Yúdice, 2005). Con base en esto se relaciona el término de heterogeneidad respecto a los distintos enfoques del diseño, que son los sistemas que se integran en una superficie para dar otra forma de significación (Arfuch,1997). Es decir, que la producción del diseño como sector vinculado a las ICyC, se logra con mejores resultados a través de diferentes conocimientos y medios. Tal como se menciona al respecto “El diseño como cualquier objeto de la cultura es susceptible de ser leído en otras claves -estéticas, artísticas, históricas, ideológicas- y de resignificarse en otros contextos -exposiciones, catálogos, recopilaciones, etcétera-” (Arfuch, 1997, p.156). Este término corresponde a la transversalidad caracterizada por este sector y también es usado por Chaves (1997), quien menciona, “El propio diseño constituye ya una práctica heterogénea, una profesión plural en la que concurren variantes técnicas, metodológicas, culturales y estilísticas” (p.103). Si tomamos el área del diseño gráfico, Ledesma (2010) afirma:

Como toda práctica cultural es una práctica significativa que tiene, entre otras características, la voluntad explícita de comunicar. Esta declaración de intención lo coloca en una relación particular y conflictiva con el complejo espacio de la comunicación contemporánea. Es una voz pública. Presta su decir a políticos, religiosos, empresarios, educadores. Es una voz que circula por distintos medios: en la calle, en los vehículos, en las revistas, en los diarios, en la TV, en Internet. Casi todo el territorio de la visualidad contemporánea tiene un lugar para el diseño gráfico. (p.15)

Esta afirmación, evidencia la posición en cuanto a potencialidad y diferenciación del diseño dentro de las ICyC, como portador de sentido que persuade para generar paulatinamente ciertos comportamientos y creencias en la sociedad. Esta dimensión puede aplicarse a todas las áreas del diseño a través de su función simbólica, lo cual, es una situación actual y cotidiana para diferenciar a todas las creaciones del sector e incorporarlas en el mercado. En este sentido, el diseño también tiene una función en la sociedad que genera un capital cultural, con lo cual agrega valor y obtiene reconocimiento a nivel internacional.

Es importante destacar el rol de la ICyC como la articulación entre una noción de cultura socio antropológica y a la vez estratégica debido a las necesidades del sector. Es decir que se reconocen las dimensiones existenciales de la sociedad como esenciales para la cultura y el desarrollo humano, pero a la vez se integran como recurso para gestionar a través de diferentes organizaciones que, en este caso, son emprendimientos a favor del mismo fin. Esto reitera nociones contemporáneas sobre la cultura como en la que se menciona: “La cultura comprendida más allá de una noción artística humanística, incluyendo a la tecnología y la ciencia, es parte de un concepto de cultura ampliado, abarcativo y global. La apertura a la modernidad es fundamental para avanzar” (Bonet, 2008, p.156). También, se apoya en la noción de Yúdice, en la cual se implica a la gestión como un enfoque diferenciado de la alta cultura y la antropológica. (Yúdice, 2002).

Con esta base conceptual, se hace énfasis en la búsqueda mundial del desarrollo a partir de la década de los ochenta.³ Ya que parte de los objetivos específicos de esta investigación es determinar el lugar actual del diseño y hallar propuestas complementarias a la gestión de las organizaciones representantes de Bogotá, se focaliza en este concepto abarcando también la sustentabilidad, es decir, la calidad de vida que implican los factores culturales (Yúdice, 2005). Es por esto que se tienen en cuenta factores económicos, sociales y culturales de este contexto a mejorar y, a la vez, funcionales a sus propósitos humanos. La cultura es un medio poderoso y puede incidir en el desarrollo económico, pero también es un fin en sí mismo para el ser humano (Sen y Kliksberg, 2007). Esto quiere decir, que para las Organizaciones de este estudio también importan las capacidades de las personas, pues son estas quienes finalmente aportan su conocimiento y hacen posible la misión de una empresa que, en este caso, se plantea como dinámica. Esto lleva a pensar que, ya que un emprendimiento se inicia con el fin de lograr una posición en el mercado para escalar, esto solo es posible a través del desarrollo humano, tecnológico y financiero.

3.3 Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB)

Con base en lo anterior, es importante destacar el aporte cultural del diseño para entender por qué hace parte de los campos de medición en la CSECCB y, además, a nivel nacional. Es así que, se describe el concepto y la función que conlleva esta Cuenta Satélite,

³ Para abarcar mejor este concepto se puede leer el documento de la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (MONDIACULT) de 1982 en México.

la cual funciona como una extensión del Sistema de Cuentas Nacionales y aporta información específica del sector mencionado. Según el manual metodológico realizado por el DANE, su objetivo principal es: “realizar la medición anual del valor agregado de las actividades culturales y creativas de la ciudad de Bogotá, en un marco analítico extendido del sistema de cuentas nacionales.” (DANE, 2008, p.8). Asimismo, con base en la legislación nacional, se reconoce a las industrias creativas como parte de este sector económico, tal como se menciona a continuación: “La presente ley 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.” (Ley 1834 de 2017, por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja El Congreso de Colombia, 23 de mayo de 2017. D.O. No. 50242.) Es por esto, que la CSECCB se constituye en tres áreas: artes y patrimonio, industrias culturales y creaciones funcionales; de las cuales, es en esta última en la que se integra el diseño como una sub área además de publicidad, medios digitales y software. Asimismo, es importante destacar que esta clasificación, se basa en el Manual Metodológico del CAB 2016, el cual define al diseño como “un sector particular del campo cultural en la medida en la que las acciones relativas al quehacer del diseño pueden generar dos tipos de productos: insumos para otros sectores del campo cultural, o insumos para la generación de productos no culturales.” (DANE, 2023, p. 14). Por lo cual, este mismo tiene participación en las tres áreas de la CSECCB y, especialmente en las que integran las creaciones funcionales.

3.4 Pospandemia y sus implicaciones en Bogotá

El 17 de marzo del año 2020, el Gobierno Nacional declaró el Estado de Emergencia Sanitaria, debido a la pandemia del coronavirus (covid-19). Esto desencadenó efectos en la economía global y, por supuesto, también en Bogotá. Es así que uno de los sectores que mayormente se vio afectado fue el naranja, es así que a nivel nacional cerraron varias instituciones de este sector, tal como se menciona en la publicación Insumos para la Construcción de una Política Pública desde el Diseño Sistémico - Informe Final, Cultura Crea: Encuentros para pensar el presente y futuro del ecosistema cultural y creativo:

Más de 5.600 infraestructuras culturales, entre las que se encontraban 1.528 bibliotecas públicas, 997 casas de la cultura, 453 museos, 1.567 escuelas de música, 498 escuelas de danza, 108 salas de danza, 178 salas concertadas de teatro y 350 escena-

rios de espectáculos públicos. Asimismo, se cerraron salas de cine, auditorios, conservatorios, librerías, centros culturales, teatros, galerías, salas de ensayo de música y artes escénicas. (Restrepo et al., 2020, p.19).

Según estudios realizados respecto a los efectos de la pos pandemia en el clúster de diseño textil en Bogotá, uno de los factores que mayor cambio y adaptación requirió de parte de sus trabajadores y profesionales fue el tecnológico, tal como se menciona a continuación:

Aunque los comerciantes son conocedores de las ventajas de utilizar las herramientas de las redes sociales, la utilización de los medios digitales es muy baja; solamente el 20% de los encuestados comercializa sus productos por internet; en un porcentaje muy cercano 24% utiliza el marketing digital, aunque dicen conocer las ventajas de las tiendas on line el 36% responde a la conquista de sus clientes por medio de las redes sociales. (Matallana, 2022, p.81)

Lo anterior, indica una de las rutas a seguir en la capacitación para este rubro del área del diseño, lo cual también se puede ver a nivel general en el ecosistema de emprendimiento. Pero, no solo esto, ya que uno de los efectos de este fenómeno fue la frustración de la sociedad y la urgencia de recuperación económica ante semejantes consecuencias, las cuales están relacionadas con acciones que se deben tomar desde el sector público en cuanto a la progresividad tributaria, la eficiencia en el gasto público y la calidad educativa pública que; también se puede apoyar desde el sector privado, teniendo este mayor participación para impulsar reformas estructurales y, asimismo, asumir mayor compromiso en temas ambientales, sociales y gubernamentales (Clavijo, 2020). Es así que, retomando el hecho de que el diseño hace parte de la sociedad, integrando las ICyC y que además tiene participación en todas las áreas determinadas por la CSECCB, los impactos de la pandemia también repercutieron en este, llevando a construir nuevas formas de aplicarse en el sistema laboral y profesional, constituyéndose como nuevas dinámicas de trabajo en la pos pandemia. Estas, también inciden directamente en las formas en que se emprende y diseña, lo cual conlleva a pensar de forma innovadora tanto para las Organizaciones que agencian el ecosistema como para los emprendedores, buscando otras alternativas que sean funcionales ante el nuevo panorama del contexto.

4 Metodología

4.1 Tipo de estudio/diseño

Metodológicamente, se realizó un estudio exploratorio con enfoque mixto y diseño no experimental de tipo transversal descriptivo (Hernández et al., 1991). El universo de análisis es el ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá. La población se compone de organizaciones que lideran programas para el emprendimiento en diseño de la Ciudad y sus beneficiarios, durante el año 2021 y 2022.

Se eligieron dos muestras dirigidas: la primera, de clase expertos, compuesta por cinco líderes, uno por Organización, los cuales respondieron una entrevista estructurada y una encuesta. La segunda muestra, de clase sujetos - tipos, la abarcan cuatro grupos de entre cuatro a seis beneficiarios, respectivos a cada Organización, los cuales respondieron una encuesta.

4.2 Fuentes, herramientas de recolección y procesamiento de datos

Tabla 1

Herramientas de Recolección y Procesamiento de Datos

Objetivo específico	Fuente secundaria de datos	Fuente primaria de datos/ Instrumento de recolección	Población/ muestra	Técnicas de procesamiento
Objetivo 1	<p>Buscadores académicos de la web:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google academic. - Zotero. <p>Bases de datos institucionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programa de Desarrollo 	<p>Organizaciones del ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá</p> <ul style="list-style-type: none"> - Secretaría de Desarrollo Económico – Fondo de Innovación, Tecnología e 	<p>Líderes de las Organizaciones del ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá, del año 2021 y 2022:</p> <p>Diego Rivera (SDE - FITIC), D.A. Restrepo Quevedo (UTADEO -</p>	<p>Entrevista estructurada a través de Google Meet y encuesta a través de Google Forms:</p> <p>Las categorías se agrupan con base en la incidencia de las DDE en la experiencia de</p>

	<p>Emprendedor (PRODEM)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) <p>Gubernamentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MINCIT) - Ministerio de Cultura (MinCultura) 	<p>Industrias Creativas (SDE - FITIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano - TadeoLab (UTADEO - TL) - Universidad del Rosario - Centro de Emprendimiento (UR - CE) - Artesanías de Colombia - Laboratorio de Gestión Social, Innovación y Creatividad (AC - LGSIC) - Centro Javeriano de Emprendimiento - Programa Zumo Más (CJE - ZM) 	<p>TL), Samuel Lopez (AC - LGSIC), Juan Sebastián Chavez (UR - CE), Julián Ballesteros (CJE - ZM).</p> <p style="text-align: center;">Cuatro grupos de beneficiarios pertenecientes a cuatro de las Organizaciones, del año 2021 y 2022:</p> <p>SDE – FITIC (6 beneficiarios), UTADEO – TL (5 beneficiarios), AC - LGSIC (5 beneficiarios), UR – CE (0 beneficiarios ya que no se tuvo acceso), CJE – ZM (4 beneficiarios).</p>	<p>cada Organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sistema educativo - Cultura - Condiciones sociales - Estructura empresarial - Condiciones de la demanda - Plataforma CTI - Capital social - Financiamiento - Políticas y regulaciones locales - Posicionamiento institucional de las Organizaciones <p style="text-align: center;">A los beneficiarios se les aplica una encuesta a través de Google Forms, con base</p>
--	---	---	--	---

				en las mismas categorías.
Objetivo 2	<p>Buscadores académicos de la web:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google academic. - Zotero. <p>Bases de datos institucionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - PRODEM - CCB <p>Gubernamentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - MINCIT - MinCultura 	<p>Organizaciones del ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá:</p> <ul style="list-style-type: none"> - SDE - FITIC - UTADAO - TL - UR - CE - AC - LGSIC - CJE - ZM 	<p>Líderes de las Organizaciones del ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá, del año 2021 y 2022:</p> <p>Diego Rivera (SDE - FITIC), D.A. Restrepo Quevedo (UTADAO - TL), Samuel Lopez (AC - LGSIC), Juan Sebastián Chavez (UR - CE), Julián Ballesteros (CJE - ZM).</p> <p>Cuatro grupos de beneficiarios pertenecientes a cuatro de las Organizaciones, del año 2021 y 2022:</p> <p>SDE - FITIC (6 beneficiarios),</p>	<p>Entrevista estructurada a través de Google Meet, con base en la proyección institucional que plantea cada Organización y según las categorías: misión, visión, servicios ofrecidos y equipo de trabajo humano.</p> <p>Encuestas a través de Google Forms a los grupos de beneficiarios de cada Organización, según las mismas categorías.</p>

			<p>UTADEO – TL (5 beneficiarios), AC – LGSIC (5 beneficiarios), UR – CE (0 beneficiarios ya que no se tuvo acceso), CJE – ZM (4 beneficiarios).</p>	
Objetivo 3	<p>Buscadores académicos de la web:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google academic. - Zotero. <p>Bases de datos institucionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - PRODEM - CCB <p>Gubernamentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - MINCIT - MinCultura 	<p>Organizaciones del ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá:</p> <ul style="list-style-type: none"> - SDE – FITIC - UTADEO – TL - UR – CE - AC – LGSIC - CJE - ZM 	<p>Líderes de las Organizaciones del ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá, del año 2021 y 2022:</p> <p>Diego Rivera (SDE - FITIC), D.A. Restrepo Quevedo (UTADEO - TL), Samuel Lopez (AC - LGSIC), Juan Sebastián Chavez (UR – CE), Julián Ballesteros (CJE – ZM).</p>	<p>Entrevista estructurada a través de Google Meet y encuesta a través de Google Forms: Las categorías se agrupan con base en las condiciones sistémicas para emprender, según la incidencia de las DDE en la experiencia de cada Organización.</p> <p>A los beneficiarios se les aplica una encuesta a través de Google Forms con base en</p>

			<p>Cuatro grupos de beneficiarios pertenecientes a cuatro de las Organizaciones, del año 2021 y 2022: SDE – FITIC (6 beneficiarios), UTADAO – TL (5 beneficiarios), AC – LGSIC (5 beneficiarios), UR – CE (0 beneficiarios ya que no se tuvo acceso), CJE – ZM (4 beneficiarios).</p>	<p>las mismas categorías.</p>
--	--	--	--	-------------------------------

4.3 Universo, muestra y unidad de análisis

Tabla 2

Universo, Muestra y Unidad de Análisis

Objetivo específico	Población/muestra	Unidad de análisis
Objetivo 1	<p>Líderes de las Organizaciones del ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá, del año 2021 y 2022: Diego Rivera (SDE - FITIC), D.A. Restrepo Quevedo (UTADAO - TL), Samuél Lopez</p>	<p>Entrevista estructurada y encuesta, con base en las DDE que se toman como variables, según su incidencia: sistema educativo, cultura, condiciones sociales, estructura empresarial, condiciones de la demanda, plataforma CTI, capital</p>

	<p>(AC - LGSIC), Juan Sebastián Chavez (UR – CE), Julián Ballesteros (CJE – ZM).</p> <p>Cuatro grupos de beneficiarios pertenecientes a cuatro de las Organizaciones, del año 2021 y 2022: SDE – FITIC (6 beneficiarios), UTADAO – TL (5 beneficiarios), AC – LGSIC (5 beneficiarios), UR – CE (0 beneficiarios ya que no se tuvo acceso), CJE – ZM (4 beneficiarios).</p>	<p>social, financiamiento, políticas y regulaciones locales y, posicionamiento institucional.</p> <p>Encuesta a los cuatro grupos de beneficiarios, según las mismas variables.</p>
Objetivo 2	<p>Líderes de las Organizaciones del ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá, del año 2021 y 2022: Diego Rivera (SDE - FITIC), D.A. Restrepo Quevedo (UTADAO - TL), Samuél Lopez (AC - LGSIC), Juan Sebastián Chavez (UR – CE), Julián Ballesteros (CJE – ZM).</p> <p>Cuatro grupos de beneficiarios pertenecientes a cuatro de las Organizaciones, del año 2021 y 2022: SDE – FITIC (6 beneficiarios), UTADAO – TL (5 beneficiarios), AC – LGSIC (5 beneficiarios), UR – CE (0 beneficiarios ya que no se tuvo acceso), CJE – ZM (4 beneficiarios).</p>	<p>Entrevista estructurada y encuesta, según las siguientes variables: misión, visión, servicios ofrecidos y equipo de trabajo humano.</p> <p>Encuesta a los cuatro grupos de beneficiarios, según las mismas variables.</p>
Objetivo 3	<p>Líderes de las Organizaciones del ecosistema emprendedor en diseño de Bogotá, del año</p>	<p>Entrevista estructurada y encuesta, con base en las DDE que se</p>

	<p>2021 y 2022: Diego Rivera (SDE - FITIC), D.A. Restrepo Quevedo (UTADEO - TL), Samuél Lopez (AC - LGSIC), Juan Sebastián Chavez (UR – CE), Julián Ballesteros (CJE – ZM).</p> <p>Cuatro grupos de beneficiarios pertenecientes a cuatro de las Organizaciones, del año 2021 y 2022: SDE – FITIC (6 beneficiarios), UTADEO – TL (5 beneficiarios), AC – LGSIC (5 beneficiarios), UR – CE (0 beneficiarios ya que no se tuvo acceso), CJE – ZM (4 beneficiarios).</p>	<p>toman como variables, según su correspondencia sistémica.</p> <p>Encuesta a los cuatro grupos de beneficiarios, según las mismas variables.</p>
--	---	--

5 Hallazgos/desarrollo

5.1 Incidencia de las DDE en las Organizaciones

5.1.1 DDE sistema educativo

5.1.1.1 Tipo de formación para el emprendimiento en diseño

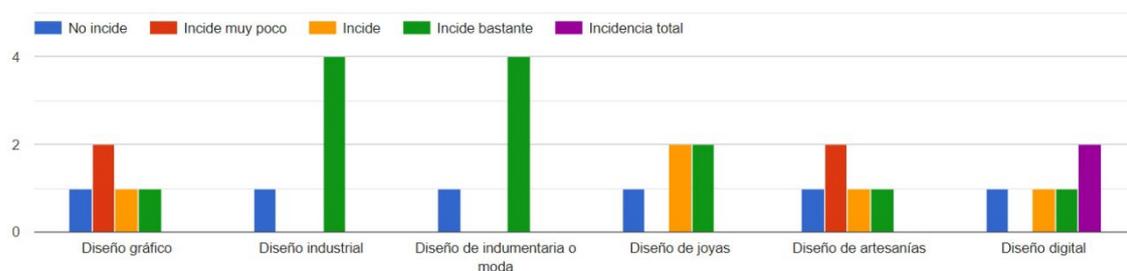
Las Organizaciones desconocen con precisión el nivel de formación sobre emprendimiento en diseño que tenían los beneficiarios y cada una plantea un punto de vista particular. Inicialmente, se deduce que hubo interés en formarse al respecto en aquellos que continuaron el programa Diseño Bogotá, es por esto que se llevaron a cabo asesorías en prototipado, diseño y morfología (SDE - FITIC, UTADEO – TL). Muy pocos tenían conocimientos previos y, algunos eran egresados rosaristas de posgrados con formación en diseño de otra universidad (UR – CE). La formación previa en los beneficiarios era específicamente en diseño artesanal a través de la transmisión de conocimiento generacional y escuelas formadoras en el oficio, en Bogotá (AC – LGSIC). Finalmente, se asume que todos tienen formación profesional y quienes son egresados de la Facultad de Arquitectura y Diseño, tienen un fuerte énfasis en pensamiento de diseño (CJE – ZM).

Con respecto a entidades que focalicen en la formación para el emprendimiento en diseño, las Organizaciones desconocen con precisión su existencia; sin embargo, mencionaron algunas como la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, el Centro Javeriano de Emprendimiento y Taller Cinco.

Es importante mencionar que el mayor nivel de incidencia en la participación de los beneficiarios por área de diseño, según las Organizaciones, es en diseño industrial y diseño de indumentaria o moda. Después, se destaca diseño de joyas y diseño digital. A la vez, se identifica una baja incidencia en la participación de los beneficiarios, para el área de diseño gráfico y diseño de artesanías.

Figura 1

Participación de los Beneficiarios en las Organizaciones por Área de Diseño



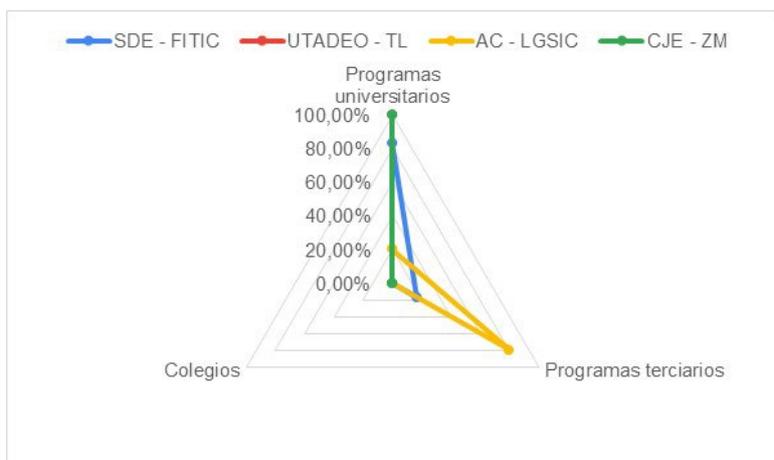
Según los beneficiarios, recibieron formación para el emprendimiento en diseño, previa a cada Organización, predominantemente universitaria según los siguientes porcentajes: 83%, (SDE – FITIC), 100% (UTADEO – TL) y, 100% (CJE – ZM).

Los beneficiarios recibieron formación para el emprendimiento en diseño previa a cada Organización, en menor medida terciaria, según los siguientes porcentajes: 16,7% (SDE – FITIC) y, 80% (AC – LGSIC).

Ninguno de los beneficiarios recibió formación para el emprendimiento en diseño previa a cada Organización, a través de colegios.

Figura 2

Nivel de Educación de los Beneficiarios, Previa a la Experiencia con las Organizaciones

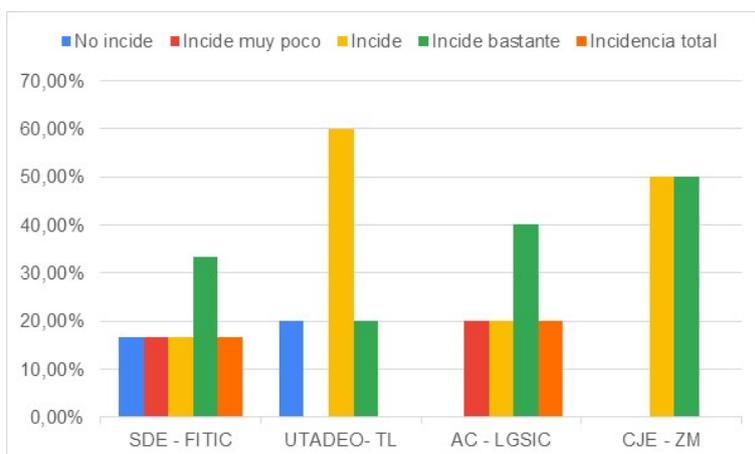


5.1.1.2 Incidencia del proceso llevado a cabo con las Organizaciones

Los beneficiarios consideran en su mayoría, que hay una incidencia favorable en el proceso llevado a cabo con cada Organización; en relación a la educación secundaria, terciaria o, universitaria sobre emprendimiento en diseño. Esto a través de los valores incidencia total, incide bastante e, incide, según los siguientes porcentajes totales: 66,7% (SDE – FITIC), 80% (UTADEO – TL), 80% (AC – LGSIC) y, 100% (CJE – ZM). Sin embargo, la minoría de los beneficiarios, consideran que incide muy poco o que no incide, según los siguientes porcentajes totales: 33,4% (SDE – FITIC), 20% (UTADEO – TL), 20% (AC – LGSIC) y, 0% (CJE – ZM).

Figura 3

Incidencia del Proceso con la Organización; en relación a la Educación Secundaria, Terciaria, o Universitaria, sobre Emprendimiento



5.1.1.3 Deserción en los beneficiarios, según las Organizaciones

Se identifica un grado medio en la deserción de los beneficiarios, con una representación del 60% y, un grado bajo en la deserción de los mismos, con un 40%, sobre el total de las Organizaciones.

Las dos posibles causas de deserción en los beneficiarios con mayor representación son; búsqueda de estabilidad laboral y, falta de tiempo, con un 40%. Por otro lado, la productividad puede ser otra causa, ya que tiene una representación del 20%, sobre el total de las Organizaciones.

Figura 4

Grado de Deserción en los Beneficiarios

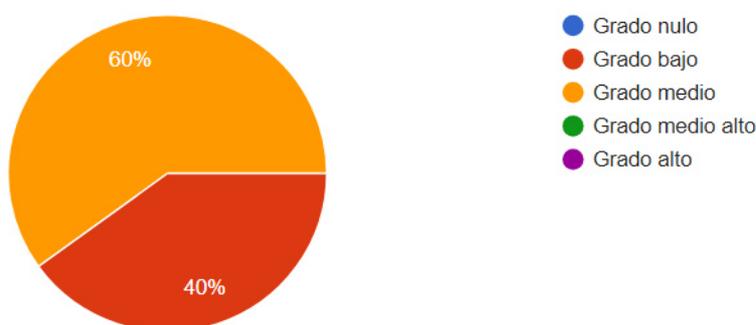
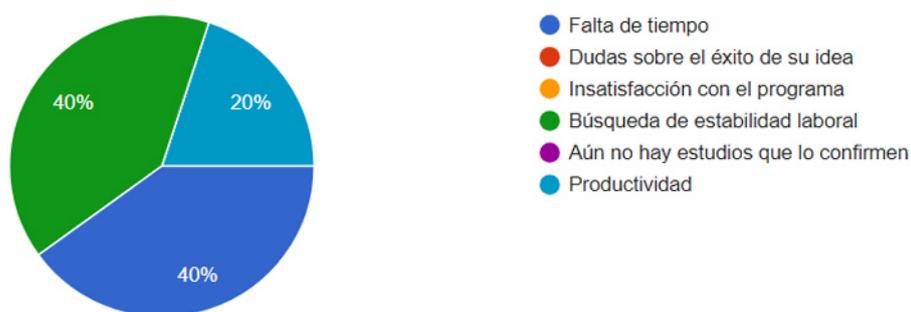


Figura 5

Posibles Causas de Deserción en los Beneficiarios



5.1.2 DDE cultura

5.1.2.1 Visibilización y valoración de los emprendimientos

Según las Organizaciones, se identifica una facilidad en la difusión de las convocatorias distritales para el fortalecimiento de los emprendimientos en diseño a través de convenios de asociación entre el sector público y privado (SDE - FITIC, UTADEO - TL). Sin

embargo, el alcance fue limitado ya que circuló a través de los medios de las dos Organizaciones y de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

Se destaca el rol de un equipo de comunicación que apoye la difusión de las iniciativas en emprendimiento en diseño de las Organizaciones, ya que fue por esto que lograron publicar contenido en medios como RCN, El Espectador, La Silla Vacía, Semana, Caracol, Canal Uno, El Tiempo y Javeriana Estéreo. (UR - CE, AC - LGSIC, CJE - ZM).

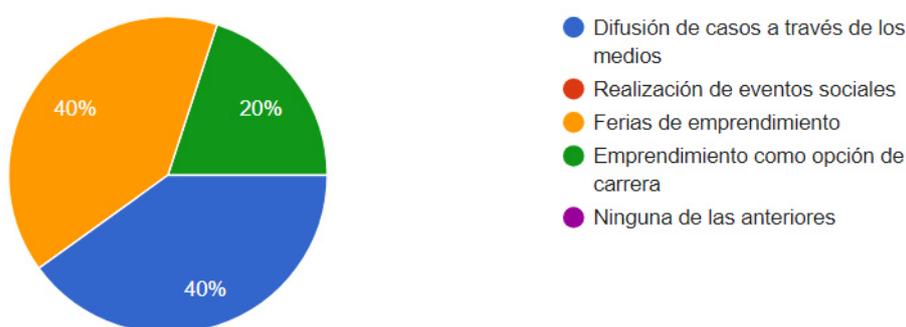
Las Organizaciones realizaron variedad de eventos para la difusión y muestra de los emprendimientos como: una hackathon a nivel académico (SDE - FITIC); muestras en entornos públicos, privados o académicos (SDE - FITIC, UTADEO – TL, UR – CE, AC - LGSIC, CJE – ZM); ruedas de negocios (UTADEO – TL); festivales institucionales (UR – CE) y ferias en diferentes sectores de Bogotá (SDE - FITIC, AC - LGSIC).

Se identifica que uno de los eventos que mejores resultados tuvo, fueron las ruedas de negocio ya que superaron las expectativas en ventas y visibilidad de los emprendimientos durante el año 2021 y 2022 (UTADEO – TL).

Según las encuestas, la visibilización y valoración de los emprendimientos beneficiarios se evidencia, en mayor medida, a través de ferias de emprendimientos y difusión de casos a través de los medios, cada una con una representación del 40%. También, en menor medida, a través del emprendimiento como opción de carrera, representado con el 20% sobre el total de las Organizaciones.

Figura 6

Alternativas para la Visibilización y Valoración de los Emprendimientos, realizadas por las Organizaciones



Según los beneficiarios, los aspectos que tienen incidencia total, inciden bastante o inciden predominantemente, en la visibilización y valoración de los emprendimientos, a través de la gestión de las Organizaciones son; realización de eventos sociales, según 5 beneficiarios (SDE – FITIC) y 4 (CJE – ZM); ferias de emprendimiento, según 4 (UTADEO – TL)

y 4 (CJE – ZM); emprendimiento como opción de carrera, según 5 (AC – LGSIC) y 4 (CJE – ZM).

Todos los aspectos, inciden muy poco o no inciden, en menor medida, con base en lo siguiente; emprendimiento como opción de carrera, según 3 beneficiarios (SDE – FITIC); realización de eventos sociales, según 3 (UTADEO – TL); difusión de casos a través de los medios, según 2 (AC – LGSIC); y ferias de emprendimiento, según 1 (CJE – ZM). Con lo cual, esto indica que son aspectos a tener en cuenta por cada Organización para el desarrollo del ecosistema de estudio.

Figura 7

Nivel de Incidencia en la Difusión de Casos a través de los Medios, según los Beneficiarios

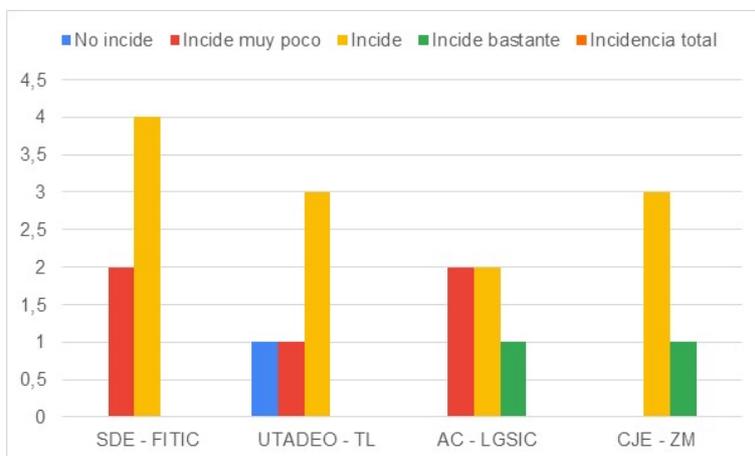


Figura 8

Nivel de Incidencia en la Realización de Eventos Sociales, según los Beneficiarios

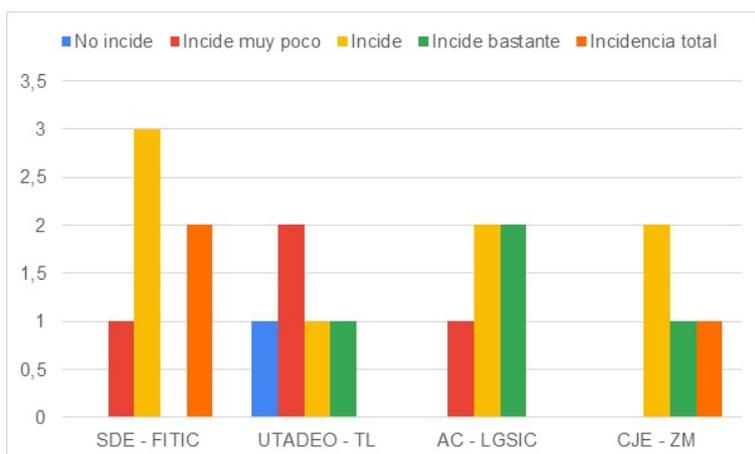


Figura 9

Nivel de Incidencia en las Ferias de Emprendimiento, según los Beneficiarios

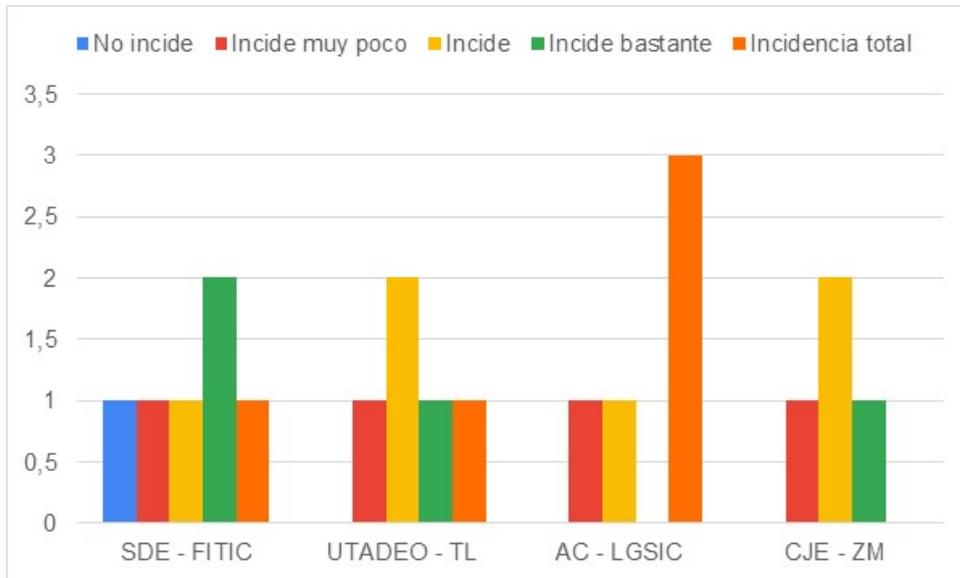
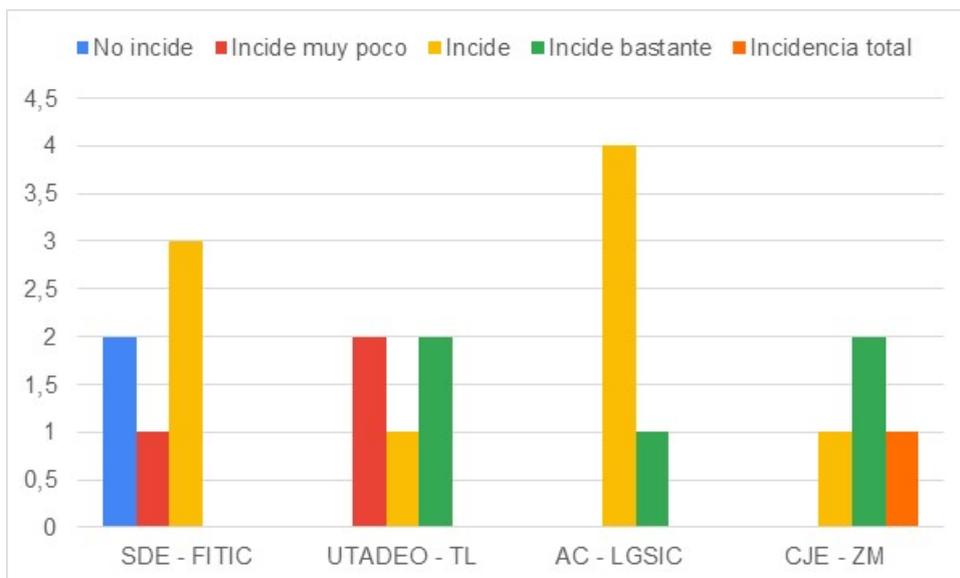


Figura 10

Nivel de Incidencia en Emprendimiento como Opción de Carrera, según los Beneficiarios

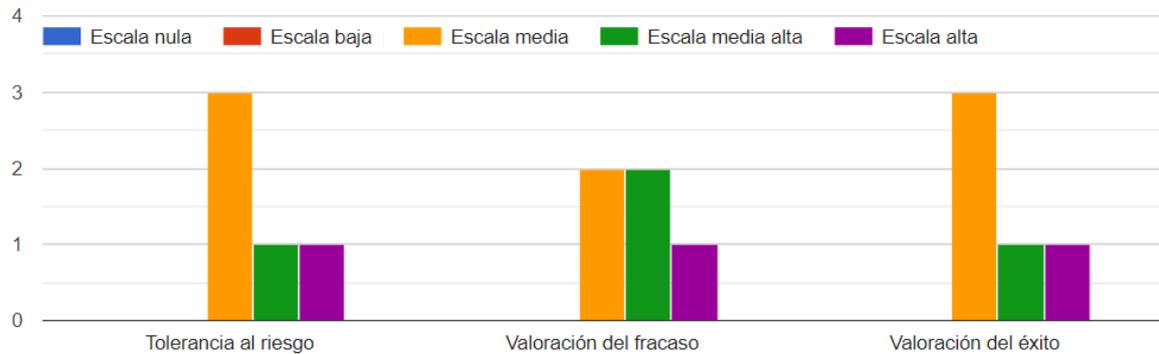


5.1.2.2 Tolerancia al riesgo, valoración del fracaso y del éxito

Según las Organizaciones, Los factores que mayor fortalecimiento necesitan en los emprendedores son, en primera instancia; valoración del fracaso y, después; tolerancia al riesgo y, valoración del éxito, a través de las escalas media, media alta y alta, respectivamente y según las Organizaciones.

Figura 11

Escala del Fortalecimiento para la Tolerancia al Riesgo, Valoración del Fracaso y Valoración del Éxito en los Emprendedores, según las Organizaciones

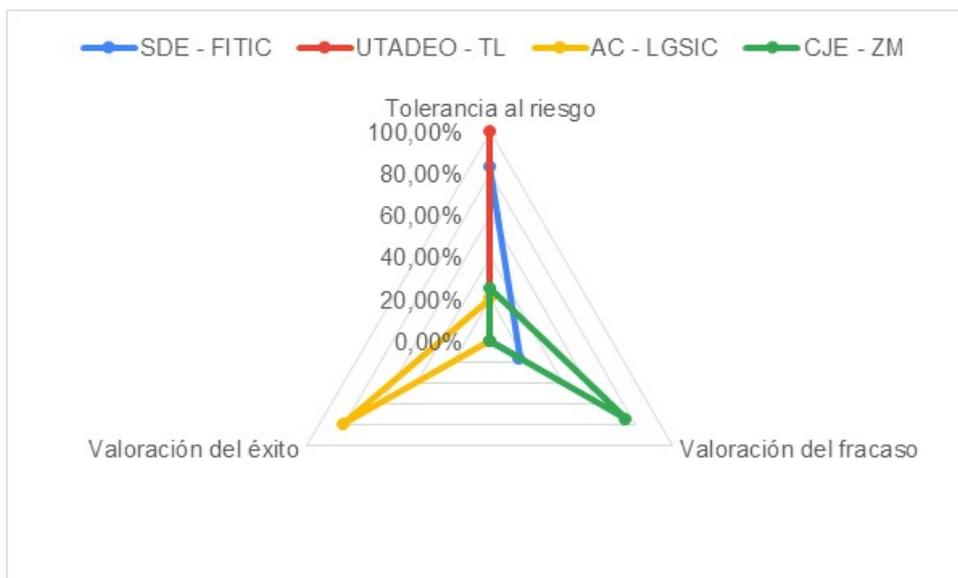


Según los beneficiarios, los factores que mayormente deben fortalecerse en el proceso llevado a cabo con las Organizaciones son; tolerancia al riesgo, según el 83,3% (SDE – FITIC) y 100% (UTADEO – TL). En menor medida predomina la valoración del éxito, según el 80% (AC – LGSIC); y valoración del fracaso, según el 75% (CJE – ZM).

Ninguno de los beneficiarios de 3 de las Organizaciones de este estudio, consideran que la valoración del éxito sea un factor a fortalecer en el proceso llevado a cabo con cada una (SDE – FITIC, UTADEO – TL, CJE – ZM).

Figura 12

Factores a Fortalecer en el Proceso llevado a cabo con las Organizaciones, según los Beneficiarios



5.1.3 DDE condiciones sociales

5.1.3.1 Limitaciones socio económicas en el desarrollo de los emprendimientos

Según las Organizaciones, la dificultad socio económica que sobresale en los beneficiarios durante el año 2021 y 2022, es la carencia de capital semilla o recursos para crecer sus negocios (SDE - FITIC, AC - LGSIC).

Se identifica un mínimo de casos en que los beneficiarios tienen dificultades socio económicas (UR – CE), necesitan generar ingresos pronto o un trabajo inmediato, lo cual conlleva a que deserten (CJE – ZM). También, casos en que son desplazados por la violencia o hacen parte de grupos formados en el oficio artesanal generacionalmente (AC – LGSIC).

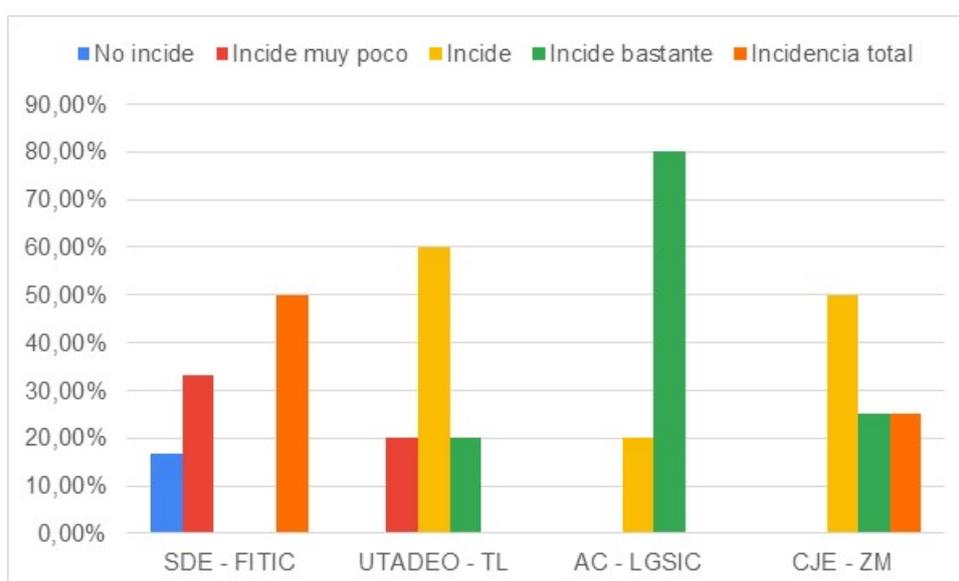
Se identifica una brecha tecnológica en los beneficiarios durante el año 2021 y, específicamente en el programa Diseño Bogotá, ya que en los encuentros virtuales se presentaron dificultades (UTADEO – TL).

Según los beneficiarios, el nivel socio económico, tiene incidencia total, incide bastante e incide, en su mayoría, según los siguientes valores totales: 50% (SDE – FITIC); 80% (UTADEO – TL); 100% (AC – LGSIC); y 100% (CJE – ZM).

En 2 de las Organizaciones de este estudio, el nivel socio económico de los beneficiarios, incide muy poco o no incide, en menor medida, según los siguientes valores totales: 50% (SDE – FITIC) y 20% (UTADEO – TL).

Figura 13

Incidencia del Nivel Socio Económico en el Desempeño de los Emprendimientos, según los Beneficiarios de cada Organización



5.1.3.2 Enfoque diferencial étnico y de género, en los beneficiarios

Según las Organizaciones, la mayoría de emprendedores no pertenecen a algún grupo étnico, representado por el 80% y, la minoría pertenecen al grupo étnico indígena, con el 20% de representación. Sin embargo, según los beneficiarios encuestados, pertenecen a ningún grupo étnico, según el 100% de los encuestados, respectivamente (SDE – FITIC, UTADEO – TL, AC – LGSIC, CJE – ZM).

Figura 14

Tipo de Población Étnica a la que Pertenecen los Beneficiarios, según las Organizaciones

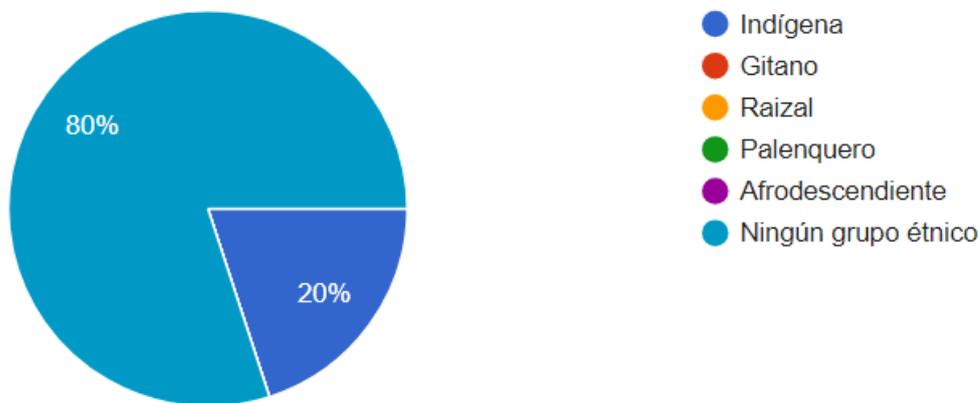
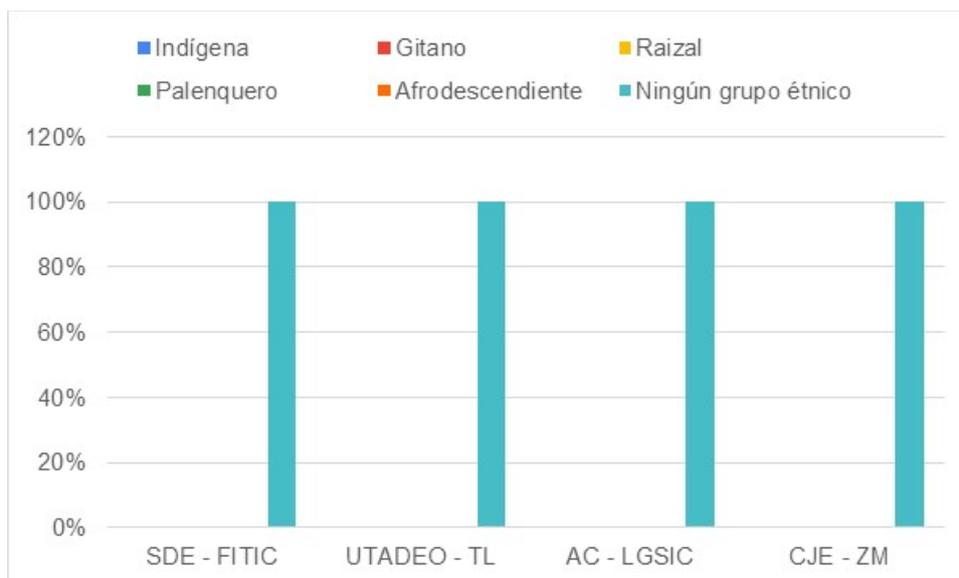


Figura 15

Grupo Étnico al que Pertenecen los Beneficiarios Encuestados, de cada Organización



Según las Organizaciones, la participación predominante de los beneficiarios según su género es femenino, representada con un porcentaje del 80% y, una menor de género masculino, representada por el 20%, según las Organizaciones.

El género con el que se identifica la mayoría de los beneficiarios encuestados de las Organizaciones, es femenino, según los siguientes porcentajes: 80% (AC – LGSIC) y 100% (CJE – ZM). Por otro lado, también se destaca una representación del género masculino según los siguientes porcentajes: 83,3% (SDE – FITIC) y 60% (UTADEO – TL). Finalmente, ninguno de los beneficiarios encuestados de las Organizaciones, se identifica con el género transgénero u otro.

Figura 16

Participación de los Beneficiarios, según su Género, en las Organizaciones

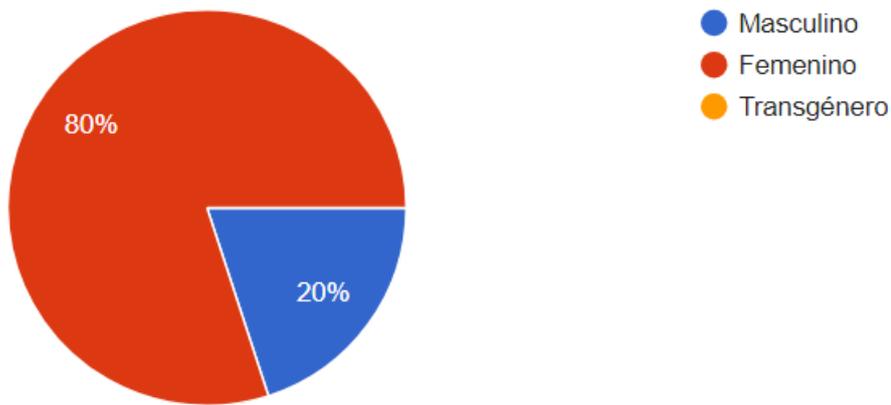
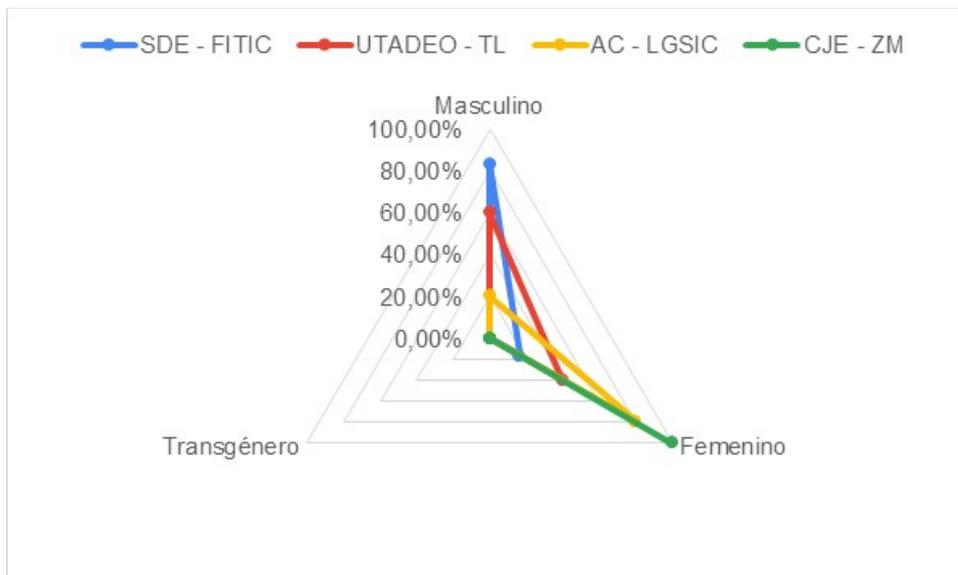


Figura 17

Género con el que se Identifican los Beneficiarios Encuestados de las Organizaciones



5.1.3.3 Participación extranjera en los emprendimientos beneficiarios

Según las Organizaciones, los niveles de incidencia predominantes en la participación extranjera de los emprendimientos son; no incide e incide muy poco, representados con un porcentaje del 60%. Sin embargo, hay uno menor del 40% que indica incidir e incidir bastante, en los emprendimientos beneficiarios de las Organizaciones.

Según los beneficiarios, el nivel de incidencia en la participación extranjera de los emprendimientos, predominantemente incide muy poco o no incide, según los siguientes valores totales: 50% (SDE – FITIC), 60% (UTADEO – TL), 80% (AC – LGSIC), 75% (CJE – ZM). Sin embargo, hay una mínima representación en la que incide bastante o incide, según los siguientes valores totales: 50% (SDE – FITIC), 20% (UTADEO – TL), 20% (AC – LGSIC), 25% (CJE – ZM).

Figura 18

Incidencia de la Participación Extranjera en los Emprendimientos, según Organizaciones

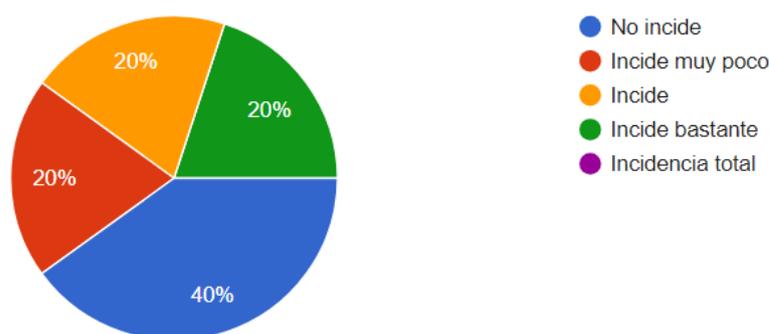
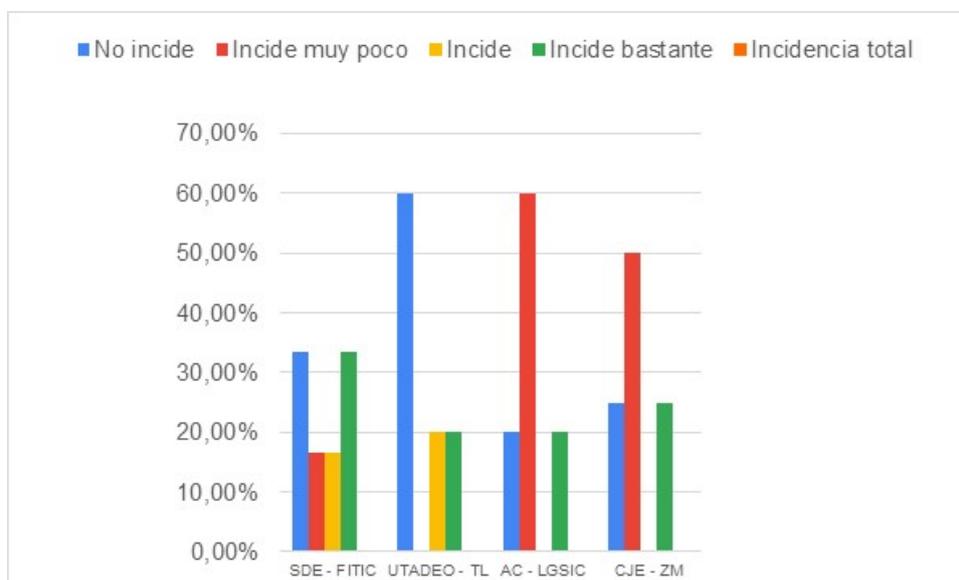


Figura 19

Incidencia de la Participación Extranjera en los Emprendimientos de los Beneficiarios



5.1.4 DDE estructura empresarial

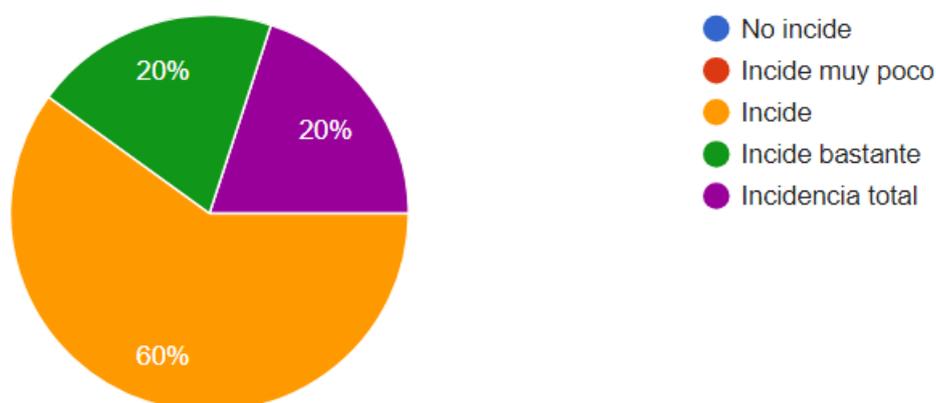
5.1.4.1 Estructura organizacional en las Organizaciones

Según la entrevista realizada a los líderes de las Organizaciones, el mínimo número de personas contratadas para el emprendimiento en diseño y desde las respectivas iniciativas es de cuatro (CJE – ZM, AC – LGSIC); mientras que el mayor número es de ochenta (UTADEO – TL). Respecto a los roles de los trabajadores de las Organizaciones, en general, hay un líder que supervisa la ejecución de los programas, profesores, administrativos y personal de apoyo. Hay casos de contratación externa para temas particulares (SDE – FITIC, UTADEO – TL) y, otros en los que suele ser estable ya que son los mismos trabajadores de cada Organización quienes realizan las funciones determinadas (UR – CE, CJM - ZM y AC – LGSIC). La estructura organizacional predominante en las Organizaciones es jerárquica y, en algunos casos se identifican características mixtas en la implementación de los programas respectivos (SDE – FITIC, UTADEO – TL).

Según la encuesta realizada por las Organizaciones, el nivel de incidencia predominante de la estructura organizacional en los objetivos del programa es; incide, con un porcentaje del 60%. También se destacan los niveles incide bastante e, incidencia total, con uno menor del 40%. Esto indica que la estructura organizacional fue determinante.

Figura 20

Incidencia de la Estructura Organizacional en los Objetivos de los Programas Realizados por las Organizaciones, año 2021 y 2022

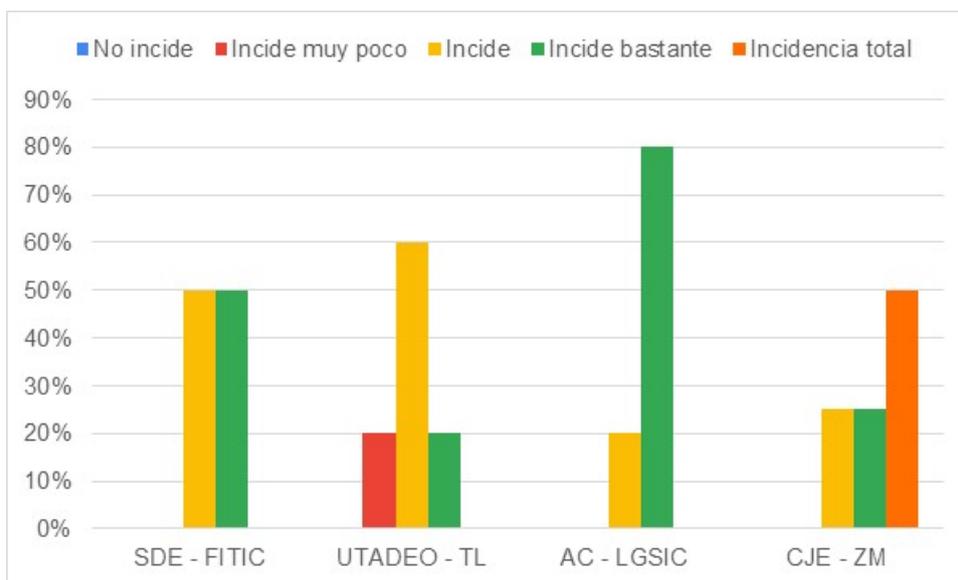


Según la encuesta realizada a los beneficiarios, el equipo humano de trabajadores de las Organizaciones, predominantemente tiene incidencia total, incide bastante o incide en los objetivos de sus emprendimientos según los siguientes porcentajes totales: 100% (SDE

– FITIC), 80% (UTADEO – TL), 100% (AC – LGSIC) y 100% (CJE – ZM). Mínimamente, hay una representación que incide muy poco, según el 20% de los encuestados (UTADEO – TL).

Figura 21

Incidencia del Equipo Humano de las Organizaciones, en los Objetivos de los Emprendimientos de los Beneficiarios, año 2021 y 2022



5.1.5 DDE condiciones de la demanda

5.1.5.1 Demanda local de los emprendimientos beneficiarios

Según las Organizaciones, la demanda local en los beneficiarios de este estudio, incide e incide bastante, con un porcentaje del 80% y, tiene incidencia total, representada en un 20%. Según los beneficiarios, la demanda local de sus emprendimientos, predominantemente tiene incidencia total, incide bastante e incide, según los siguientes porcentajes totales: 100% (SDE – FITIC), 60% (UTADEO – TL), 100% (AC – LGSIC) y 75% (CJE – ZM). Mínimamente, incide muy poco, según el 40% (UTADEO – TL) y el 25% (CJE – ZM). La demanda local de los emprendimientos, según los beneficiarios encuestados, predominantemente tiene incidencia total, incide bastante e incide, según los siguientes porcentajes totales: 100% (SDE – FITIC), 60% (UTADEO – TL), 100% (AC – LGSIC) y 75% (CJE – ZM). Mínimamente, incide muy poco, según el 40% (UTADEO – TL) y el 25% (CJE – ZM).

Es importante mencionar que, además, la demanda actual de emprendedores en diseño respecto a los últimos tres años en Bogotá es estable, representada en un porcentaje del 60% y, creciente, con un 40%. Esto indica que existe tal demanda en el contexto bogotano y que está en crecimiento, según las Organizaciones.

Figura 22

Incidencia de la Demanda Local de los Emprendimientos Beneficiarios, según Organizaciones, año 2021 y 2022

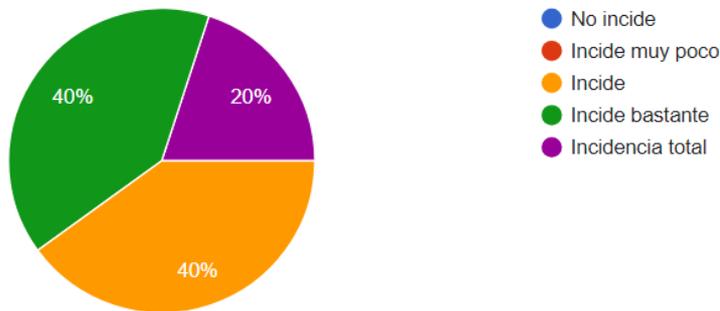


Figura 23

Incidencia de la Demanda Local en los Emprendimientos, según los Beneficiarios, año 2021 y 2022

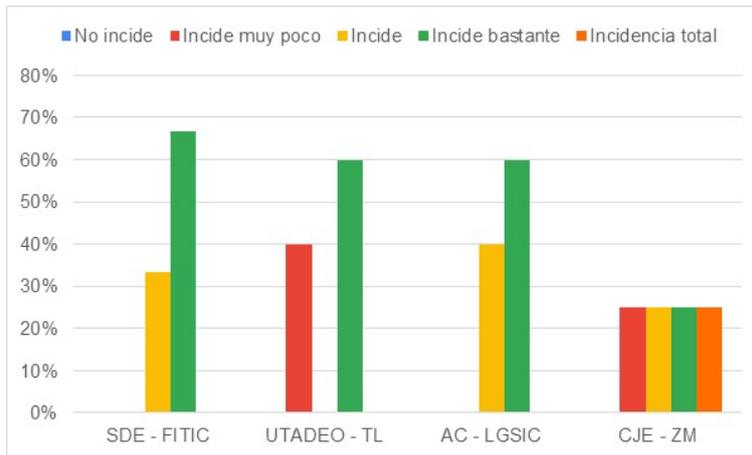
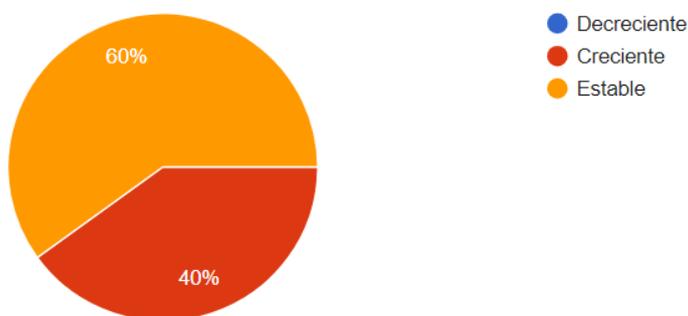


Figura 24

Demanda Actual de Emprendimientos en Diseño, respecto a los Últimos Tres Años en Bogotá (2021-2023), según las Organizaciones



5.1.6 DDE plataforma CTI

5.1.6.1 Incidencia de la plataforma CTI, en los emprendimientos

Según la entrevista realizada a los líderes de las Organizaciones, se identifica una vinculación directa con la plataforma CTI a través de Minciencias (SDE - FITIC y UR – CE) y el Ministerio de Ambiente (SDE - FITIC). Para algunas Organizaciones, se desconoce una posible vinculación directa con la plataforma CTI, realizada desde los programas desarrollados, respectivamente. (UTADEO – TL, AC – LGSIC, CJE – ZM). También se identifica una postura desde la investigación sobre el emprendimiento en diseño como un área de estudio en exploración (SDE – FITIC, UR – CE) y se evidencia un esfuerzo por lograr nuevas alianzas con la plataforma CTI, que puedan fortalecer a nivel tecnológico y, especialmente, en temas de conectividad (AC – LGSIC).

Según la encuesta, se identifica una incidencia predominante de la plataforma CTI en los emprendimientos, representada con un total del 60%, a través de los valores; incide (40%) e, incide bastante (20%). Sin embargo, hay un 40% de no incidencia, según las Organizaciones. Según los beneficiarios, la incidencia de la plataforma CTI en el desarrollo de sus emprendimientos, predominantemente tiene incidencia total, incide bastante o incide, según los siguientes porcentajes totales: 100% (SDE – FITIC) y 100% (AC – LGSIC). Sin embargo, también incide muy poco o no incide, según el 60% (UTADEO – TL) y el 50% (CJE – ZM) de los encuestados, respectivamente.

Figura 25

Incidencia de la Plataforma CTI en los Emprendimientos Beneficiarios (año 2021 – 2022), según las Organizaciones

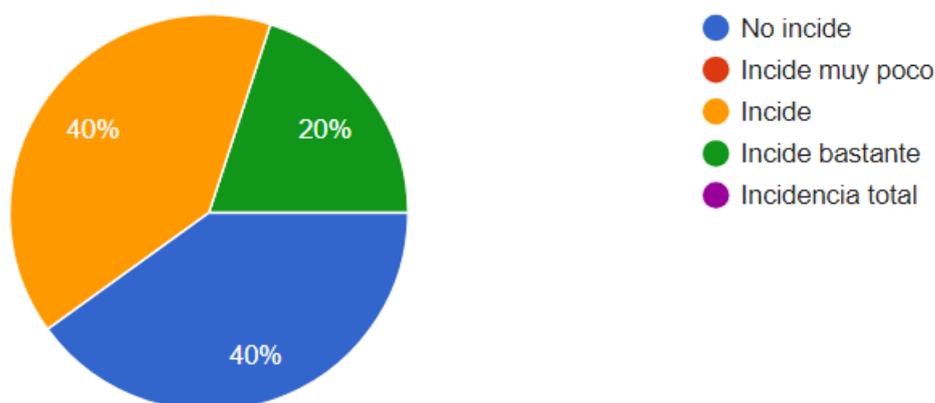
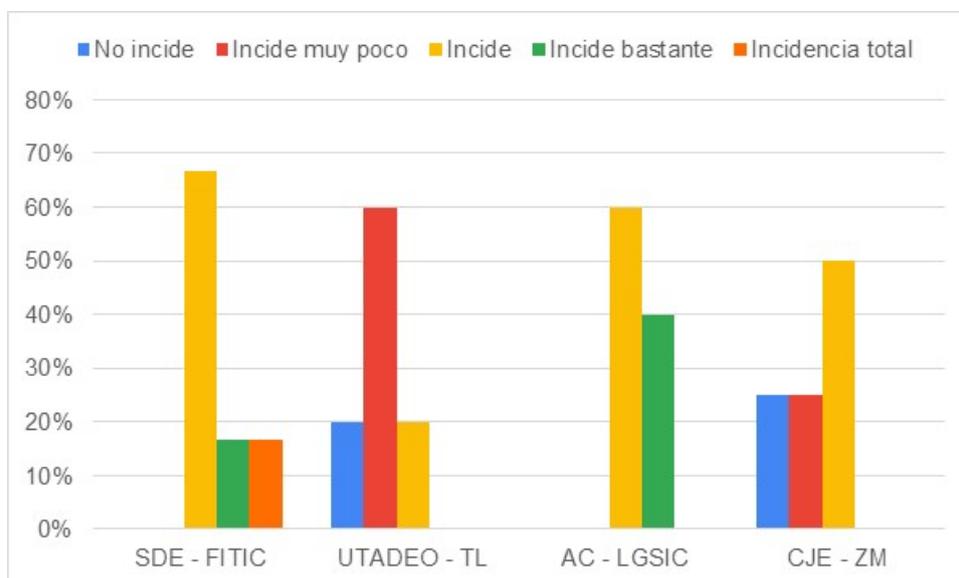


Figura 26

Incidencia de la Plataforma CTI en el desarrollo de los Emprendimientos (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios



5.1.7 DDE capital social

5.1.7.1 Incidencia del apoyo institucional recibido en las Organizaciones

Con base en la entrevista realizada a los líderes de las Organizaciones, se identifica una predominancia en los apoyos locales del sector privado, de los cuales, el más frecuente es a través de la Cámara de Comercio de Bogotá, después con universidades como UTADEO o EAN y, por último, a través de las entidades internas de cada Organización. A nivel nacional, el apoyo más predominante es del sector público, del cual el más frecuente es Innpulsa Colombia, después de MinCIT y, por último; MinTIC, Ministerio de Cultura, Procolombia y Fontur. Se destacan los apoyos logrados a nivel nacional desde el sector privado, a través de entidades bancarias como Fundación Bolívar Davivienda y el Banco Santander con MetaRed y Universia. También, se evidencia un esfuerzo por conseguir apoyos internacionales en las Organizaciones por medio de un equipo de cooperación internacional (AC – LGSIC) y con invitados internacionales como David Parrish (CJE –ZM). Los apoyos logrados por las Organizaciones fueron, en su mayoría, acuerdos en especie o contrapartida. En estos se determinó la difusión, transmisión de conocimiento y, espacio e infraestructura para los emprendimientos. Mínimamente, se acordaron recursos económicos.

Según la encuesta, el apoyo institucional logrado por las Organizaciones; incide, incide bastante y tiene incidencia total, a través de la vinculación con apoyo local, capacitación, acompañamiento y, crecimiento, según 4 Organizaciones. Después, el networking y la

vinculación con apoyo extra local, según 3 Organizaciones. Sin embargo, para estos últimos el valor no incide e, incide muy poco, también es determinante ya que está representado, cada uno, por 2 Organizaciones.

Según los beneficiarios, los aspectos que tienen incidencia total, inciden bastante o inciden, predominantemente, respecto al apoyo institucional captado por las Organizaciones son; networking, según 5 (SDE – FITIC), 5 (AC – LGSIC) y 3 (CJE – ZM); crecimiento, según 5 beneficiarios (SDE – FITIC) y 5 (AC – LGSIC); y capacitación, según 5 (SDE – FITIC) y 5 (AC – LGSIC). El aspecto que tiene poca incidencia o no incide, con más frecuencia en las Organizaciones y según la percepción de los beneficiarios encuestados es; vinculación con apoyo extra local, según 4 beneficiarios (SDE – FITIC), 4 (UTADEO – TL) y 3 (CJE – ZM).

Figura 27

Incidencia del Apoyo Institucional (año 2021 - 2022), según las Organizaciones

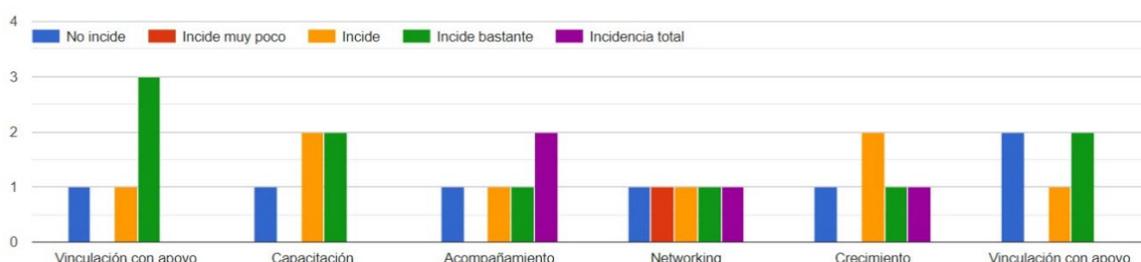


Figura 28

Incidencia en la Vinculación con el Apoyo Local captado por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios

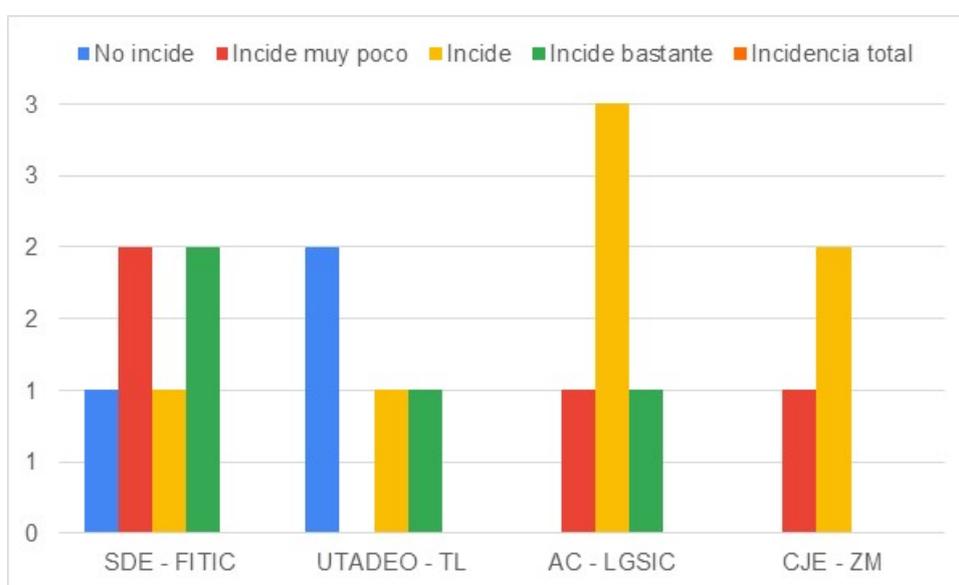


Figura 29

Incidencia de la capacitación captada por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios

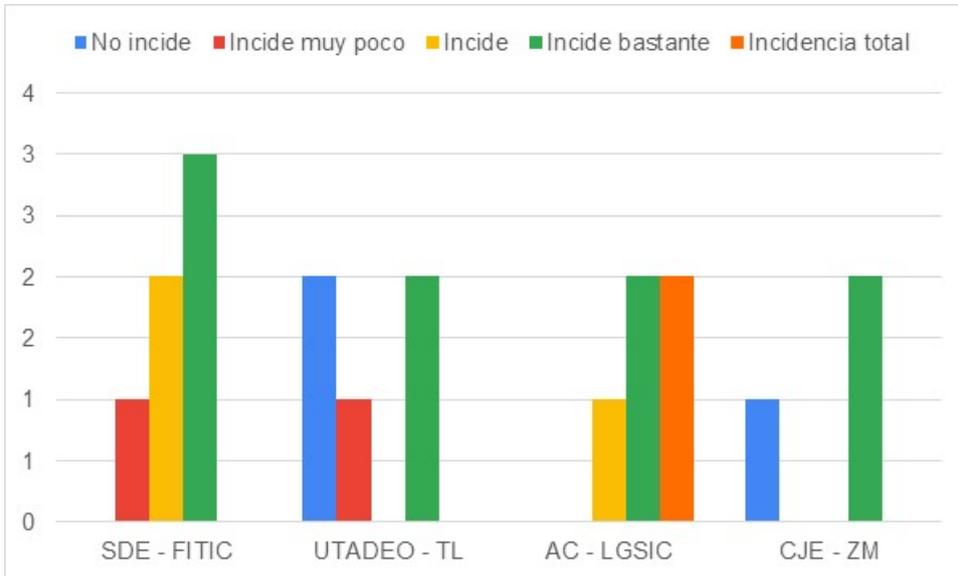


Figura 30

Incidencia del Acompañamiento Captado por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios

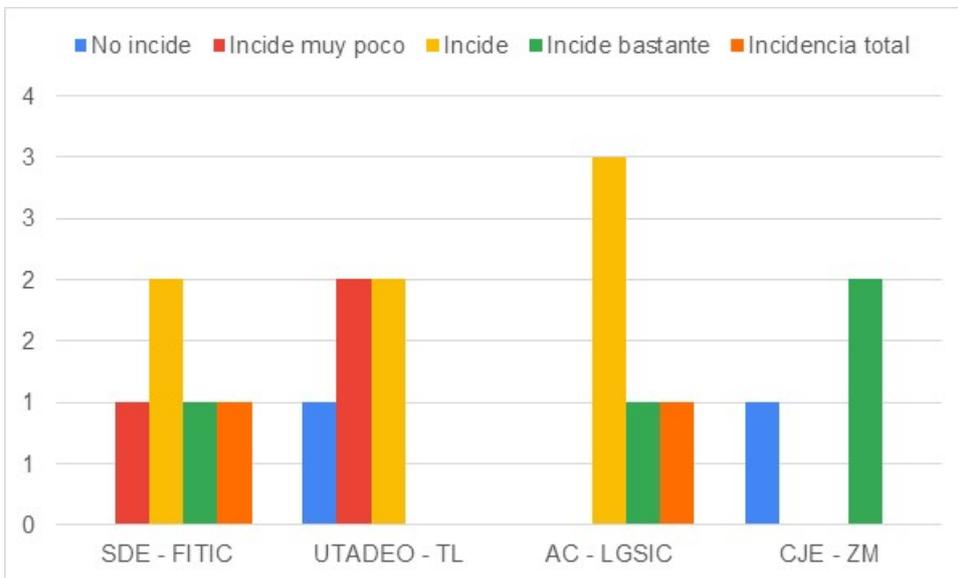


Figura 31

Incidencia del Networking Captado por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios

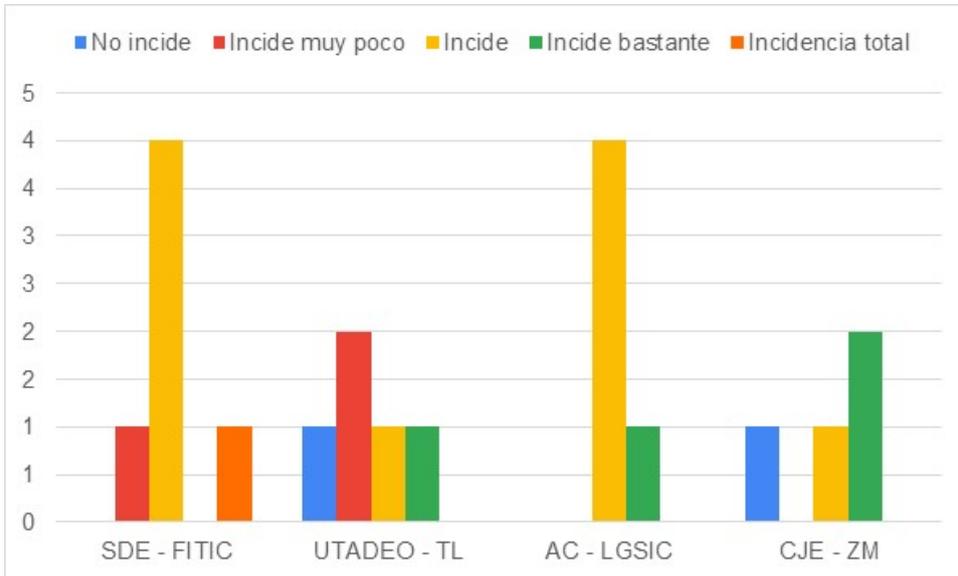


Figura 32

Incidencia del Apoyo para el Crecimiento, Captado por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios

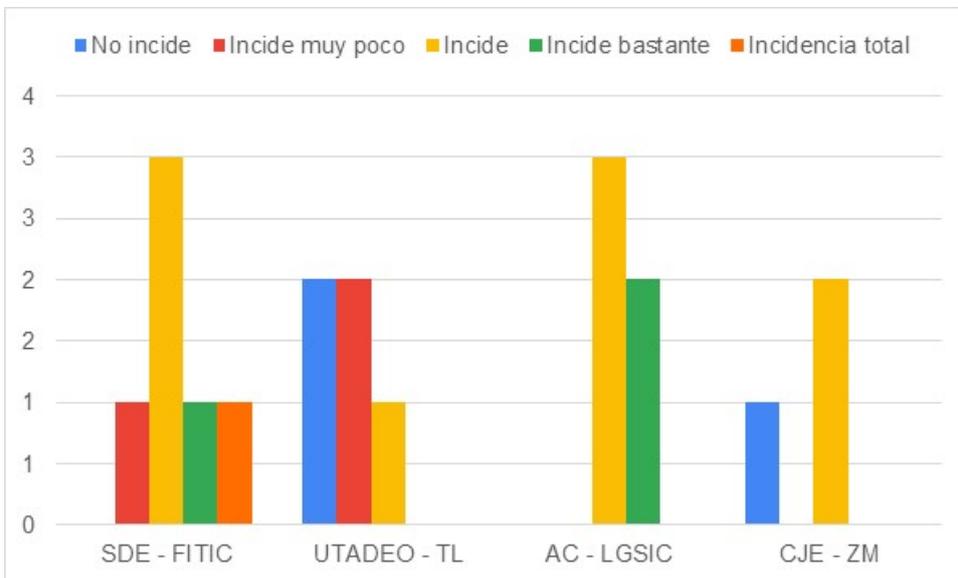
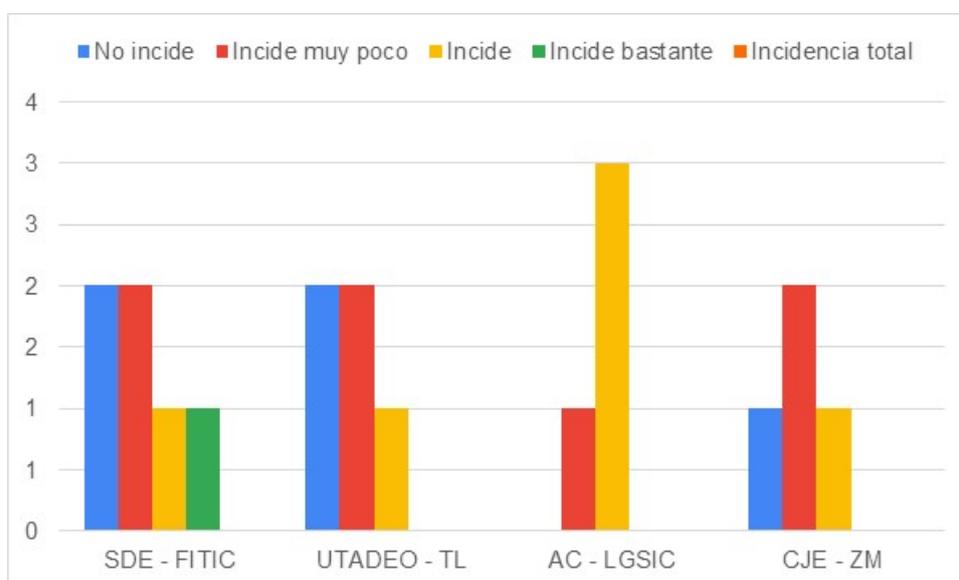


Figura 33

Incidencia de la Vinculación con el Apoyo Extra local, Captado por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios



5.1.7.2 Redes con otros actores logradas por las Organizaciones

Según las Organizaciones, sobresalen las redes creadas para el diseño de marca o asesoría sobre el registro de la misma con Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), como contraprestación y, a la cual se le hicieron los aportes respectivos (SDE – FITIC). También, a través de la articulación con ENTI, spin off del Centro Progresia - UNIMINUTO Bogotá (Corporación Universitaria Minuto de Dios) para el intercambio de servicios en diseño de marca (UR – CE). Se identifican apoyos concertados entre organizaciones educativas que propician la construcción de redes entre instituciones o actores del ecosistema para la transmisión de conocimiento, específicamente, en industrias culturales y creativas, a través de la articulación con LaSalle College (UTADEO – TL) y la invitación a David Parrish como conferencista (CJE – ZM).

Se identifica un nivel de relacionamiento inicial, a nivel interno, de las Organizaciones del sector universitario para la creación y el fortalecimiento de redes a través de FaCrea (CJE – ZM) y Facultad de Arte, Facultad de Arquitectura y Diseño, Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana (CJE – ZM). Esto demuestra la capacidad de gestión que tiene cada una para el desarrollo de las iniciativas respectivas. También, sobresale el fortalecimiento de las redes creadas por las Organizaciones, a nivel local y desde el sector privado con UTADEO (SDE – FITIC), LaSalle College (UTADEO – TL), FaCrea,

ENTI (CJE – ZM), Asociación Zona Rosa, Centro Comercial Mall Plaza, Coliseo Live, Corferias, Bavaria, Bogotá Fashion Week (AC – LGSIC), Facultad de Arte; Facultad de Arquitectura y Diseño, Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana (CJE – ZM). A nivel nacional, se destaca el sector público con redes creadas a través de Fontur (AC – LGSIC) y SIC (SDE – FITIC).

5.1.7.3 Redes, ferias u otras oportunidades para los emprendedores

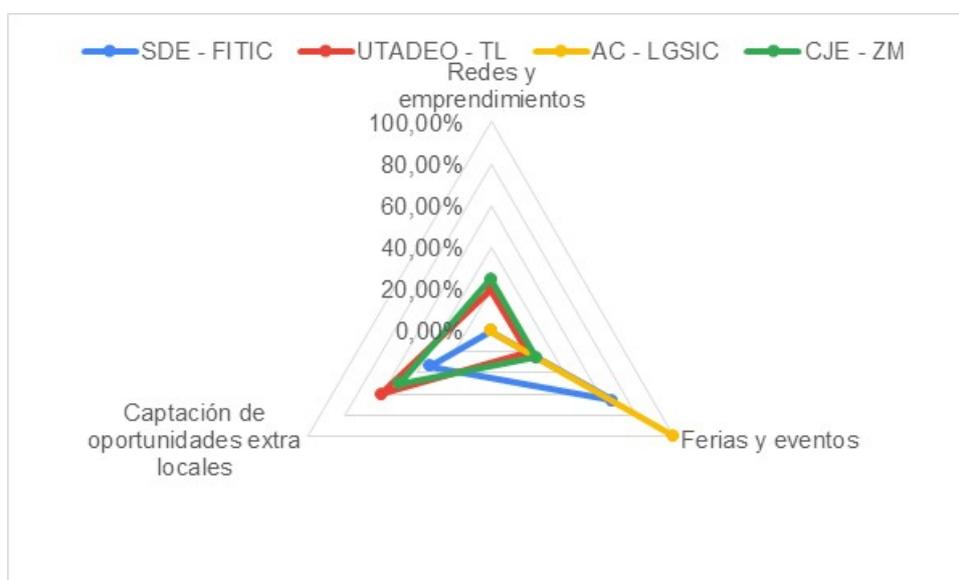
A nivel local sobresalen las oportunidades gestionadas por el sector privado como ruedas de negocio (SDE – FITIC, UTADDEO – TL), Carrera 5K del Emprendimiento y el Festival del Arte de Emprender, Ferias de la Cámara de Comercio de Bogotá (UR – CE), Programa Apoyo Legal Javeriano (CJE – ZM) y de gestión mixta como Feria del Hogar, Mercado Artesanal el Retiro a través de El Retiro Shopping Center y Asociación Zona Rosa de Bogotá, Muestra Artesanal Coliseo Live, Feria Altiplano Artesanal a través de Mall Plaza y el Parque la Colina (AC – LGSIC). A nivel nacional, sobresale el sector mixto a través de Expoartesánías (AC – LGSIC) y Fondo Emprender (CJE – ZM).

Se identifica un potencial para la visibilidad, socialización de estos eventos a través de la articulación de diversas oportunidades, independientemente de la Organización que la gestione. Esto se evidencia, ya que se menciona que las ruedas de negocio superaron las expectativas y fueron efectivas para todo tipo de emprendimiento de este ecosistema; con lo cual, también hay una oportunidad de formación al respecto (UJTL – TL). También, algunos beneficiarios lograron pasar a Aldea, uno de los programas financiados por FITIC (CJE – ZM).

El tipo de oportunidades de articulación con el ecosistema emprendedor que facilitaron con más frecuencia las Organizaciones, según los beneficiarios encuestados, fueron en su mayoría; ferias y eventos, según el 66,7% (SDE – FITIC) y el 100% (AC – LGSIC). También se destaca la captación de oportunidades extra locales, según el 60% (UTADDEO – TL) y el 50% (CJE – ZM).

Figura 34

Tipos de Oportunidades de Articulación con el Ecosistema Emprendedor, Facilitadas por las Organizaciones, según los Beneficiarios



5.1.7.4 Incidencia del acceso al capital social de los emprendimientos

Según las Organizaciones, el acceso al capital social de los beneficiarios es predominante en la existencia de espacios de encuentro, búsqueda de redes extra locales, apertura a foráneos y articulación, según las 5 Organizaciones. Después; clima colaborativo y, bases de confianza, según 4 Organizaciones. Finalmente, el factor de menor incidencia es; importancia en diferencias sociales, según 3 Organizaciones.

Para los beneficiarios, los aspectos que tienen incidencia total, inciden bastante o inciden predominantemente en el acceso al capital social son: articulación, según 5 beneficiarios (SDE – FITIC), 3 (UTADEO – TL), 5 (AC – LGSIC) y 4 (CJE – ZM); bases de confianza, según 5 beneficiarios (SDE – FITIC) y 3 (UTADEO – TL); búsqueda de redes extra locales, según 3 (UTADEO – TL) y 5 (AC – ZM); existencia de espacios de encuentro, según 3 (UTADEO – TL) y 5 (AC – LGSIC). Finalmente, también se destaca clima colaborativo, según 5 (AC – LGSIC). Los aspectos que no inciden o inciden muy poco son: importancia en diferencias sociales, según 3 beneficiarios (SDE – FITIC) y 4 (UTADEO – TL); y apertura a foráneos, según 3 beneficiarios (SDE – FITIC), 4 (UTADEO – TL) y 2 (CJE – ZM).

Figura 35

Incidencia del Acceso al Capital Social de los Emprendimientos Beneficiarios, según las Organizaciones

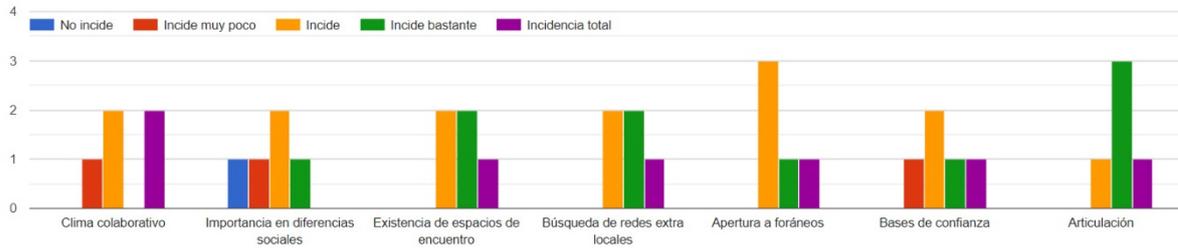


Figura 36

Incidencia del Clima Colaborativo en el Acceso al Capital Social, según los Beneficiarios de las Organizaciones

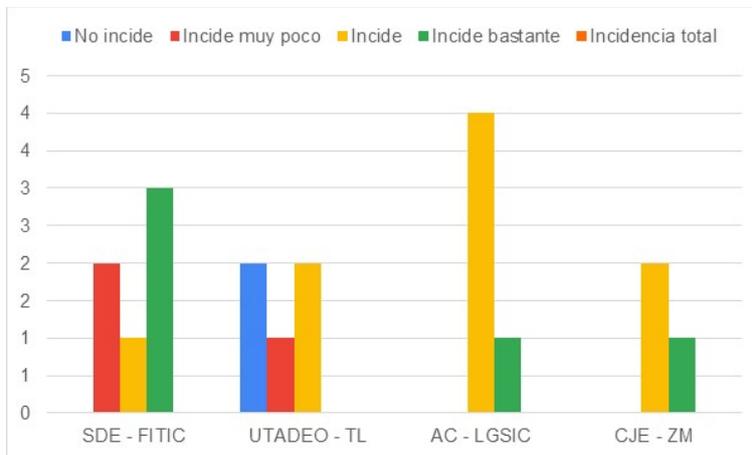


Figura 37

Incidencia de la Importancia en Diferencias Sociales para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios

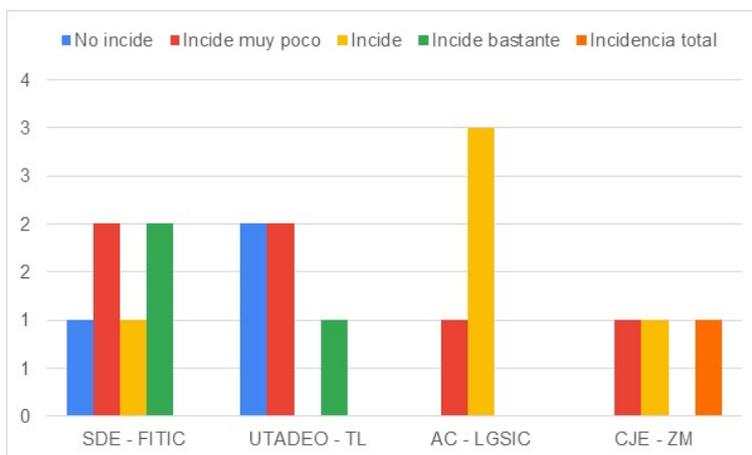


Figura 38

Incidencia de los Espacios de Encuentro para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios

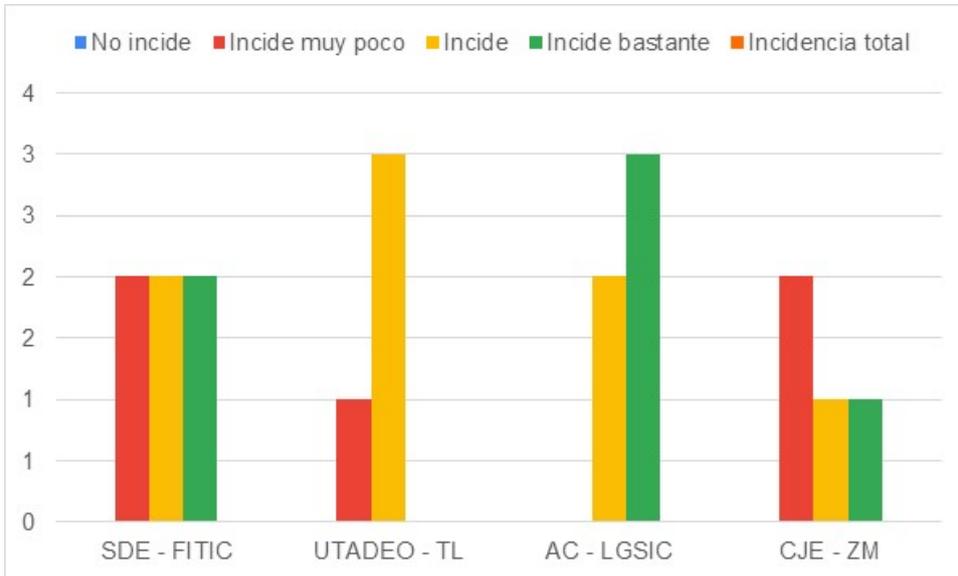


Figura 39

Incidencia de las Redes Extra Locales para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios

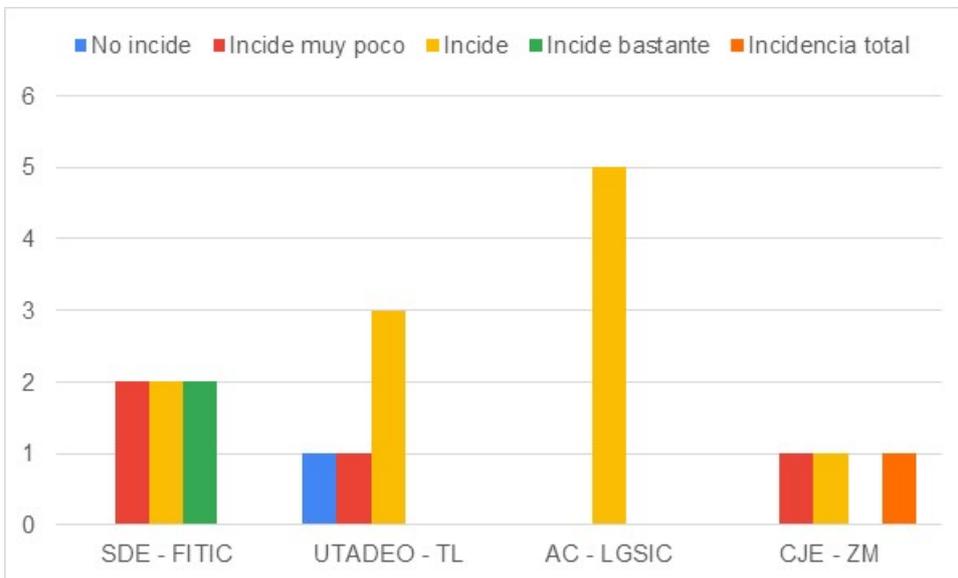


Figura 40

Incidencia de la Apertura a Foráneos para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios

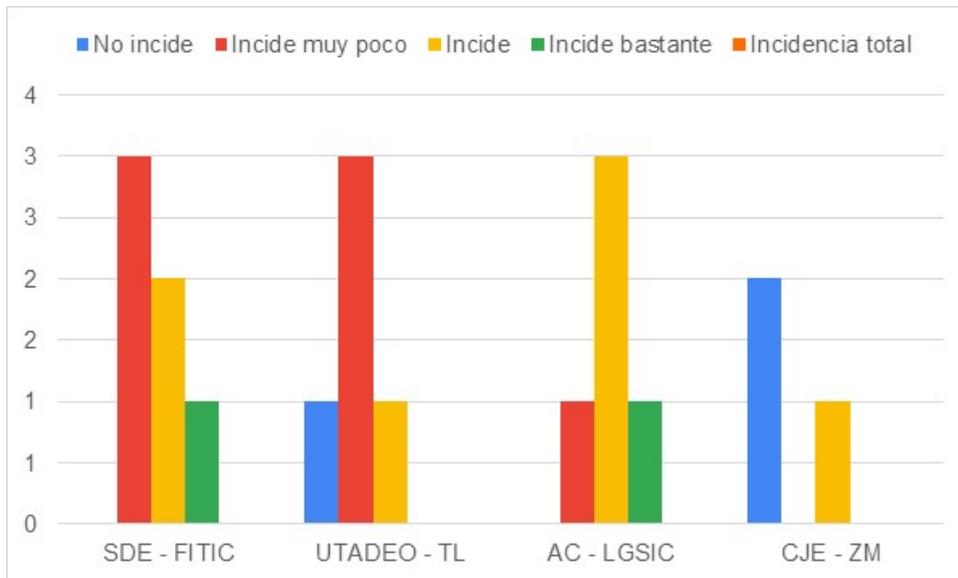


Figura 41

Incidencia de las Bases de Confianza para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios

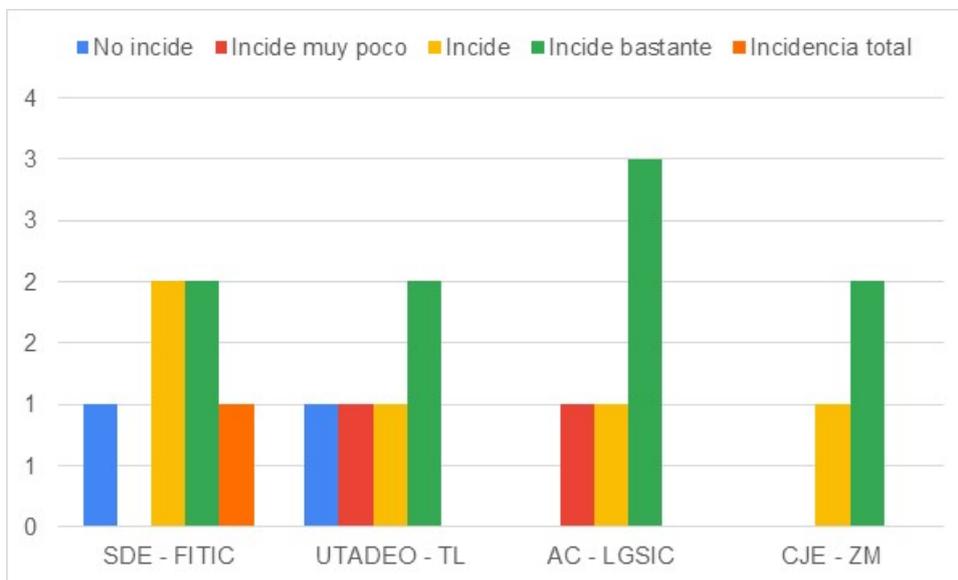
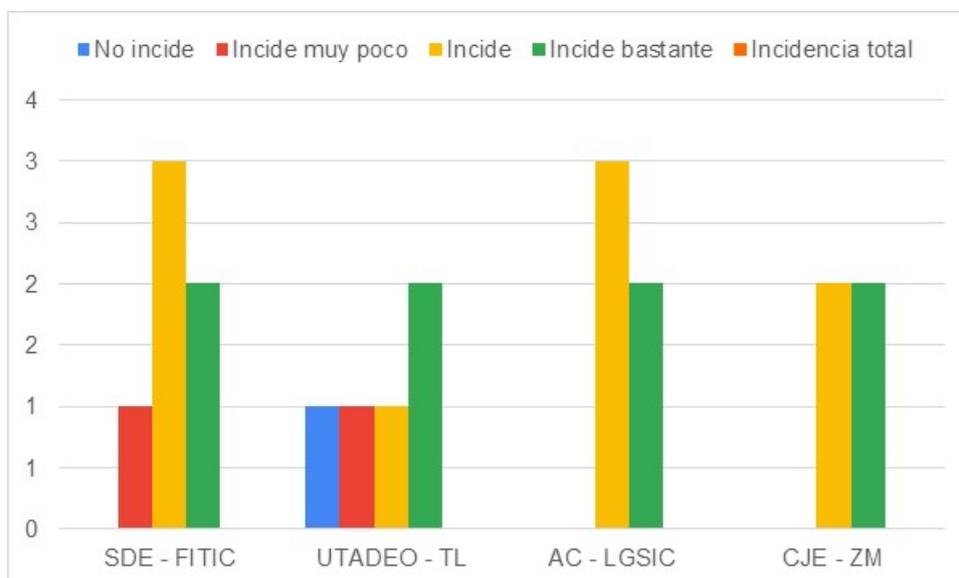


Figura 42

Incidencia de la Articulación para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios



5.1.8 DDE financiamiento

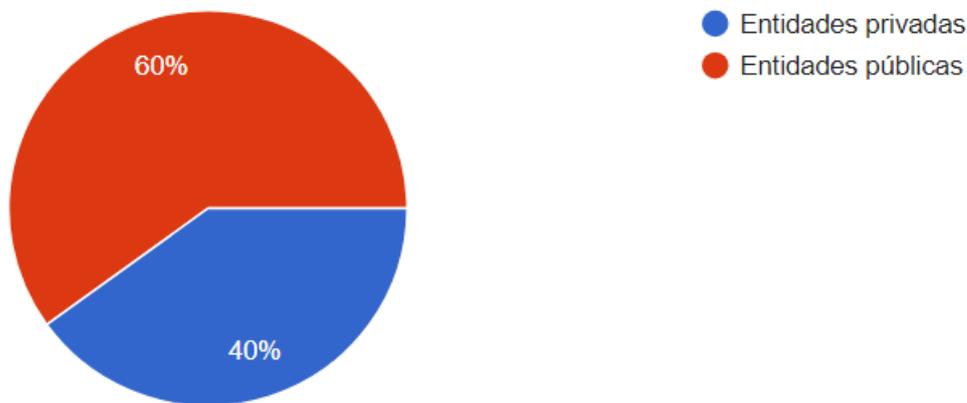
5.1.8.1 Entidades con mayor participación en la financiación de las Organizaciones

Con base en las Organizaciones, a nivel local, sobresale el financiamiento logrado a través del sector mixto por contrapartida en especie, a través de diferentes operadores como UJTL (SDE – FITIC), Centro Comercial El Retiro, Coliseo Live y Mercado de las Aguas (AC – LGSIC). También, el financiamiento por recursos públicos del estado (SDE – FITIC, UJTL – TL). A nivel local como nacional, se destaca el capital semilla aportado por el sector privado a través de entidades como la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Javeriana, el cual se entrega en especie (CJE – ZM) y, a través de Porvenir (UR – CE). Se detecta una dificultad para conseguir capital semilla para innovación a través de bancos o fondos (SDE - FITIC) y, en algunos casos, cuando se logra es muy bajo (UR-CE).

En el financiamiento de las iniciativas de las Organizaciones, existe una participación predominante a través de entidades privadas, representada con un 60% y una participación menor a través de entidades públicas, con el 40%.

Figura 43

Tipo de Entidades con Mayor Participación en la Financiación de las Organizaciones



5.1.8.2 Incidencia en el financiamiento privado captado para los beneficiarios

En el financiamiento privado captado por los beneficiarios, predominan los valores; no incide e, incide muy poco, a través de inversores y según 4 Organizaciones. Después; los bancos, particulares y, empresas, cada uno según 3 Organizaciones.

Según los beneficiarios, el aspecto que incide bastante o incide, predominantemente, en el financiamiento privado de los emprendimientos es inversores según 5 beneficiarios (SDE – FITIC) y 3 (UTADEO – TL). Los aspectos que predominantemente inciden muy poco o no inciden son; particulares, según 4 beneficiarios (SDE – FITIC), 3 (UTADEO – TL); bancos, según 3 (SDE - FITIC), 3 (UTADEO – TL), 3 (AC – LGSIC) y 1 de 2 respuestas (CJE – ZM); empresas, según 3 (UTADEO – TL), 3 (AC – LGSIC) y 2 de 2 respuestas (CJE – ZM).

Figura 44

Incidencia del Financiamiento Privado Captado para los Beneficiarios, según las Organizaciones

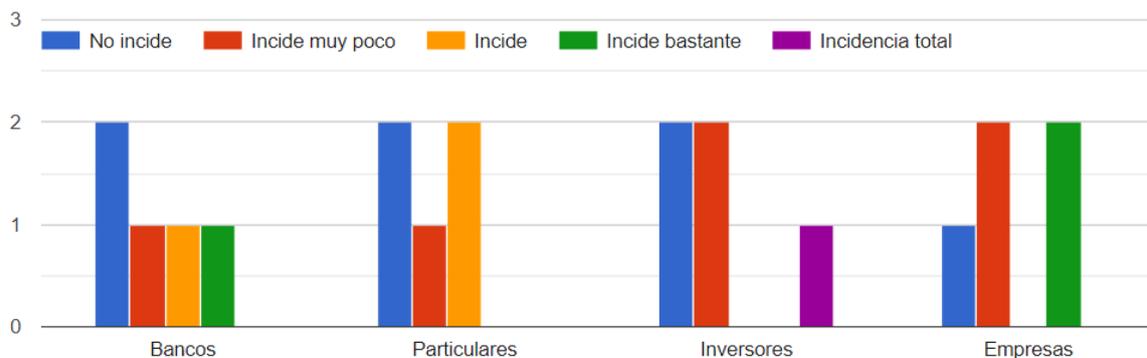


Figura 45

Incidencia del Financiamiento Privado Captado a través de Bancos por las Organizaciones, según los Beneficiarios

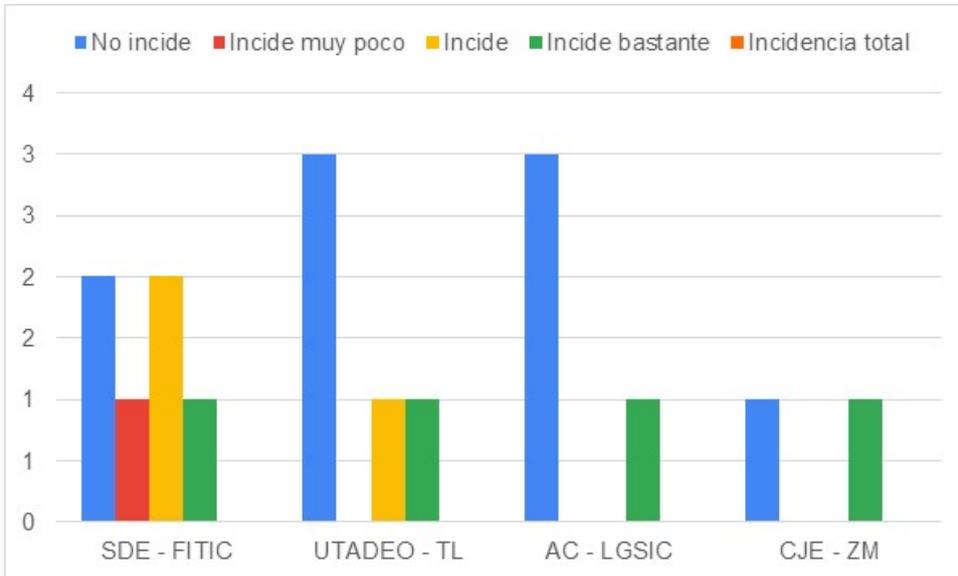


Figura 46

Incidencia del Financiamiento Privado Captado a través de Particulares por las Organizaciones, según los Beneficiarios

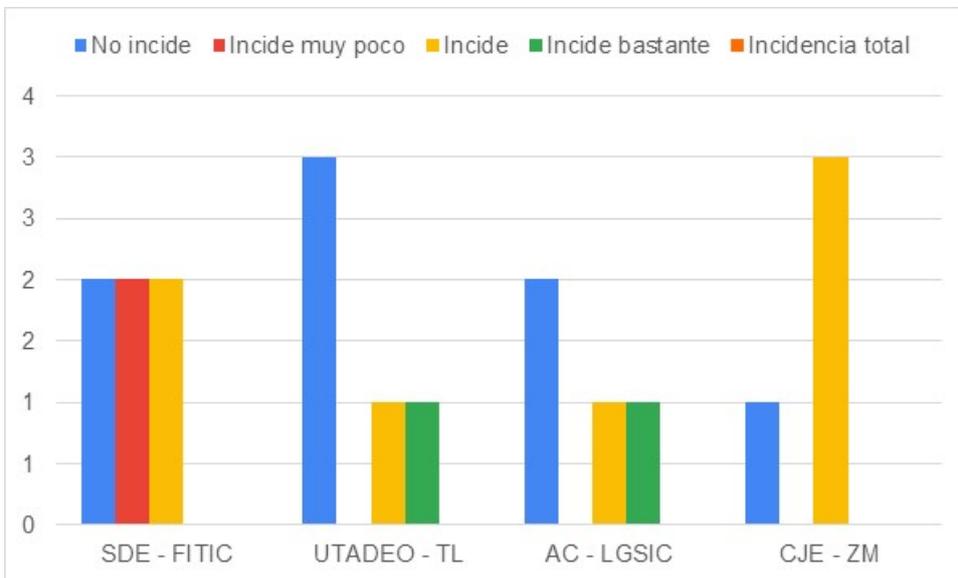


Figura 47

Incidencia del Financiamiento Privado Captado a través de Inversores por las Organizaciones, según los Beneficiarios

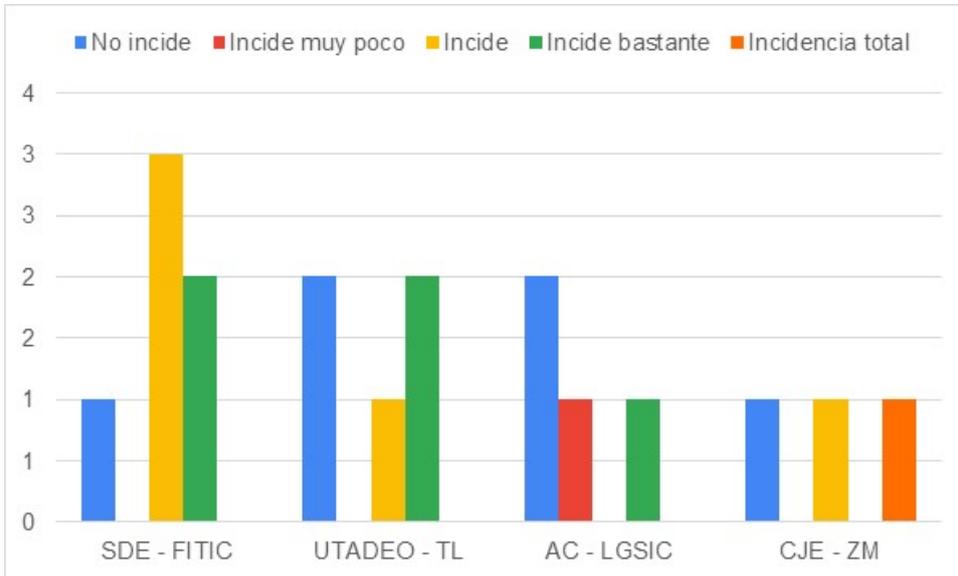
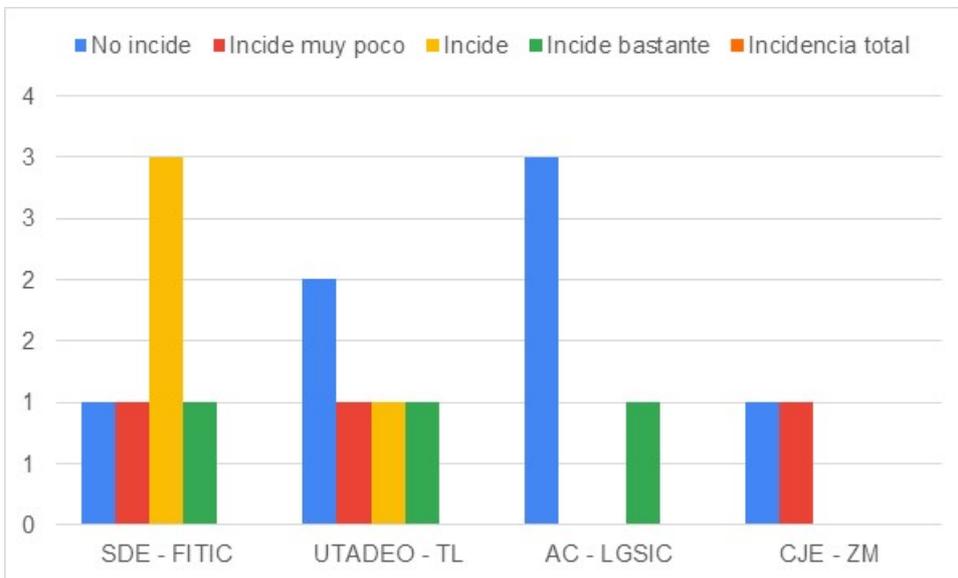


Figura 48

Incidencia del Financiamiento Privado Captado a través de Empresas por las Organizaciones, según los Beneficiarios



5.1.8.3 Incidencia en el financiamiento público captado para los beneficiarios

En el financiamiento público captado por los beneficiarios, predominan los valores; no incide e, incide muy poco; siendo local para la expansión y, nacional para la expansión,

según 4 Organizaciones. Después, se destaca el valor incide en; local para la creación y, nacional para la creación, según 3 Organizaciones.

Según los beneficiarios, Los aspectos que tienen incidencia total, inciden bastante o inciden predominantemente, en el financiamiento público de los emprendimientos de los beneficiarios encuestados de las Organizaciones son: local para la creación, según 5 beneficiarios (SDE – FITIC), 3 (UTADEO – TL) y 2 (AC – LGSIC); y local para la expansión, según 4 (SDE – FITIC), 2 (AC – LGSIC) y 2 (CJE – ZM). Los aspectos que predominantemente inciden muy poco o no inciden son; nacional para la expansión, según 4 beneficiarios (SDE – FITIC) y 3 (AC – LGSIC); nacional para la creación, según 3 (SDE – FITIC), 3 (AC – LGSIC) y 2 (CJE – ZM).

Figura 49

Incidencia del Financiamiento Público Captado para los Beneficiarios, según las Organizaciones

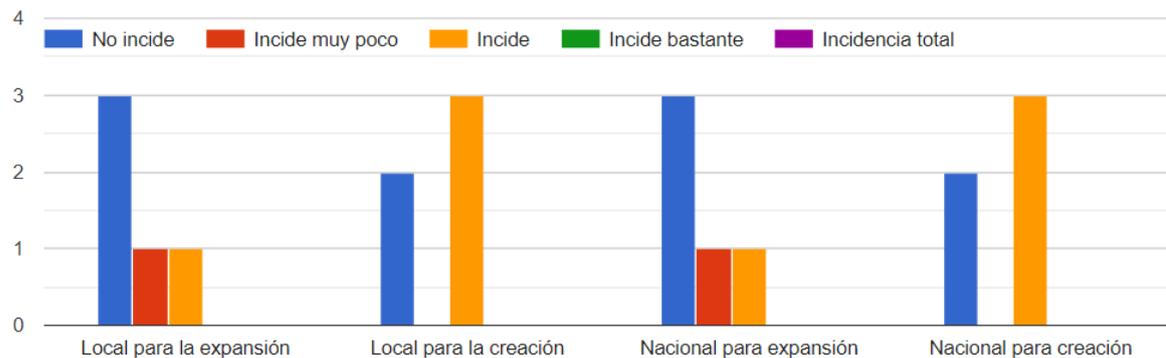


Figura 50

Incidencia del Financiamiento Público, Local para la Expansión, Captado por las Organizaciones, según los Beneficiarios

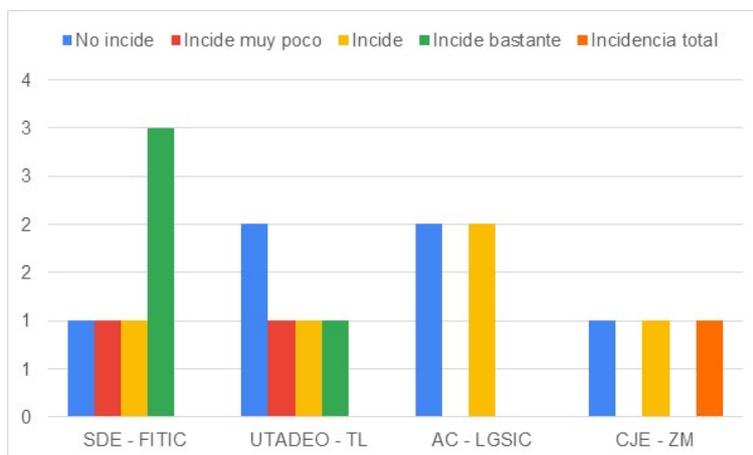


Figura 51

Incidencia del Financiamiento Público, Local para la Creación, Captado por las Organizaciones, según los Beneficiarios

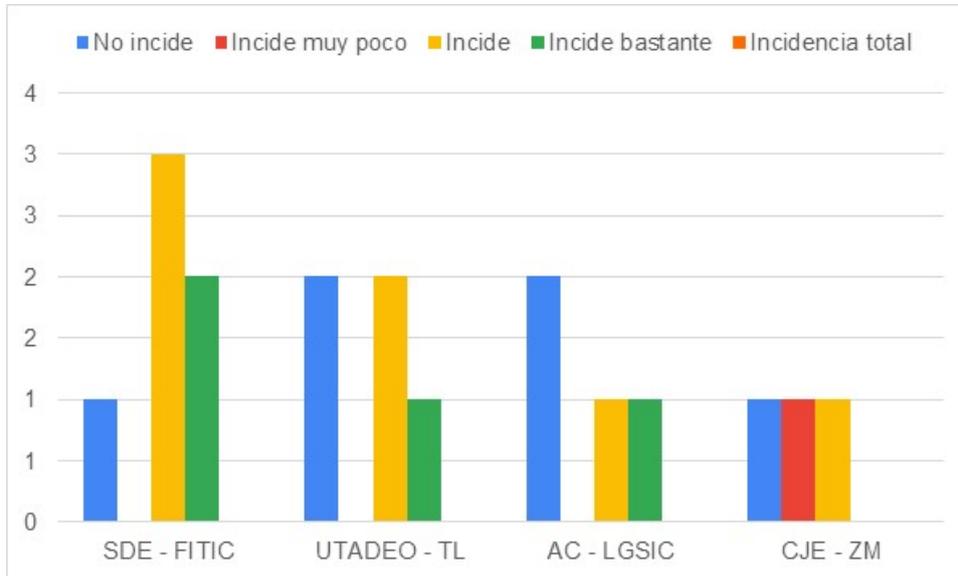


Figura 52

Incidencia del Financiamiento Público, Nacional para la Expansión, Captado por las Organizaciones, según los Beneficiarios

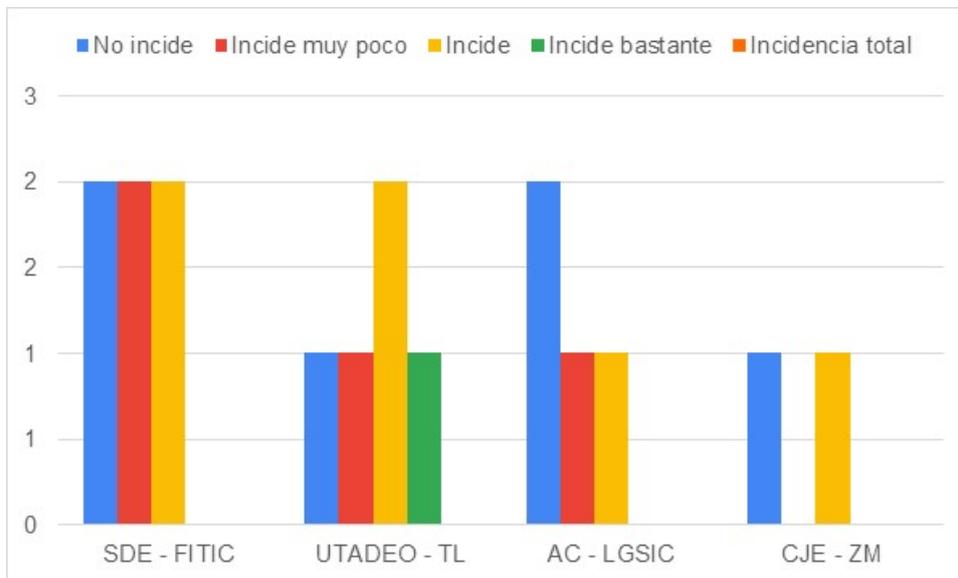
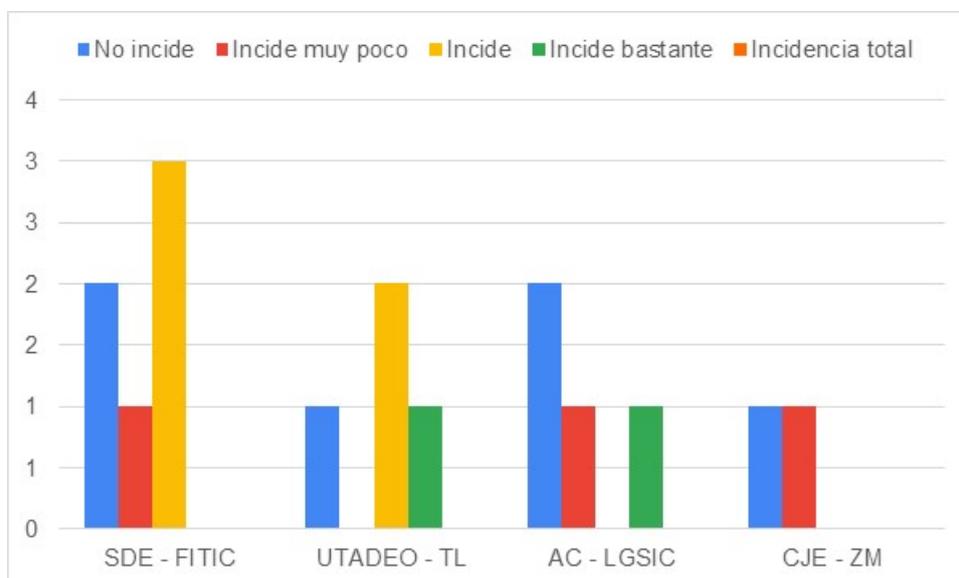


Figura 53

Incidencia del Financiamiento Público, Nacional para la Creación, Captado por las Organizaciones, según los Beneficiarios



5.1.9 DDE políticas y regulaciones

5.1.9.1 Incidencia de las políticas y regulaciones actuales

Con base en la entrevista hecha a las Organizaciones, a nivel nacional conocen diferentes leyes o políticas que inciden en la creación y expansión del emprendimiento en general y, algunas específicas al diseño. Las que inciden en emprendimiento son: Ley 1014 de 2006 “De fomento a la cultura del emprendimiento, Ley 2069 del 2020 “Por medio del cual se impulsa el Emprendimiento en Colombia” y Ley 2234 DEL 2022 “Por la cual se promueve la política del emprendimiento social”. A nivel específico en cuanto a diseño: normas estipuladas por INVIMA; Normas específicas para la validación de un producto o servicio, según el área de diseño; Ley 1834 del 2017 “Fomento a la economía creativa Ley Naranja”; Ley 36 de 1984 “Ley del Artesano” y RUAC “Registro único de artesanos en Colombia”.

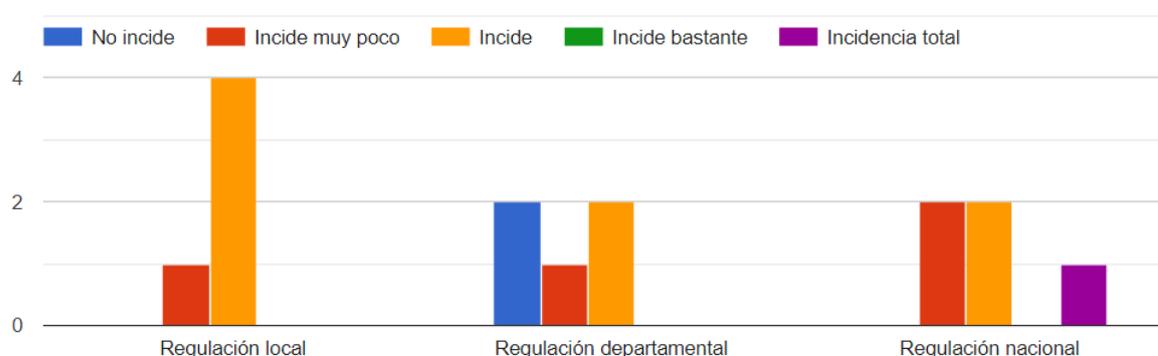
Hay casos particulares en los cuales las Organizaciones son partícipes de la creación de políticas públicas o leyes que inciden en los emprendimientos en diseño. Una de estas es UTADEO - TL, que participó en la construcción de la política pública para el diseño 2020 – 2030, con el liderazgo de D.A. Restrepo y, así mismo, se desarrolló la publicación “Insumos para la construcción de una política pública desde el diseño sistémico”, la cual fue coeditada con el Ministerio de Cultura. La otra Organización es AC - LGSIC que también participó con el liderazgo de Samuel López y, la mayoría de miembros de esta misma, en el fomento de la Ley del Artesano y el RUAC “Registro único de Artesanos en Colombia”.

A nivel local, se conocen las normativas estipuladas para el registro mercantil en la Cámara de Comercio de Bogotá y, otras políticas particulares a instituciones específicas como: Políticas de la Universidad Javeriana, políticas de CJE – ZM y normas estipuladas en cada programa externo a la Organización.

Según la encuesta realizada, las regulaciones actuales para el emprendimiento en diseño, inciden y tiene incidencia total, a través de la regulación local y nacional, según 4 Organizaciones. Por otro lado, la regulación departamental no incide e incide muy poco, según 3 Organizaciones.

Figura 54

Incidencia de las Regulaciones Actuales para el Emprendimiento en Diseño, según las Organizaciones



Según los beneficiarios, las regulaciones que tienen incidencia total, inciden bastante o inciden, predominantemente, en los emprendimientos en diseño son: la regulación nacional, según 4 beneficiarios (SDE – FITIC) y 4 (UTADEO – TL); la regulación local, según 3 (SDE – FITIC), 3 (UTADEO – TL) y 3 (AC – LGSIC). La regulación que, predominantemente, no incide o incide muy poco es la regulación departamental, según 4 beneficiarios (SDE – FITIC), 3 (UTADEO – TL) y 3 (AC – LGSIC). Finalmente, se destaca que los beneficiarios encuestados desconocen regulaciones para el emprendimiento en diseño, según los siguientes valores: 4 beneficiarios (SDE – FITIC); 4 (AC – LGSIC) y 1 de 2 respuestas (CJE – ZM).

Figura 55

Incidencia de las Regulación Local para el Emprendimiento en Diseño, según los Beneficiarios

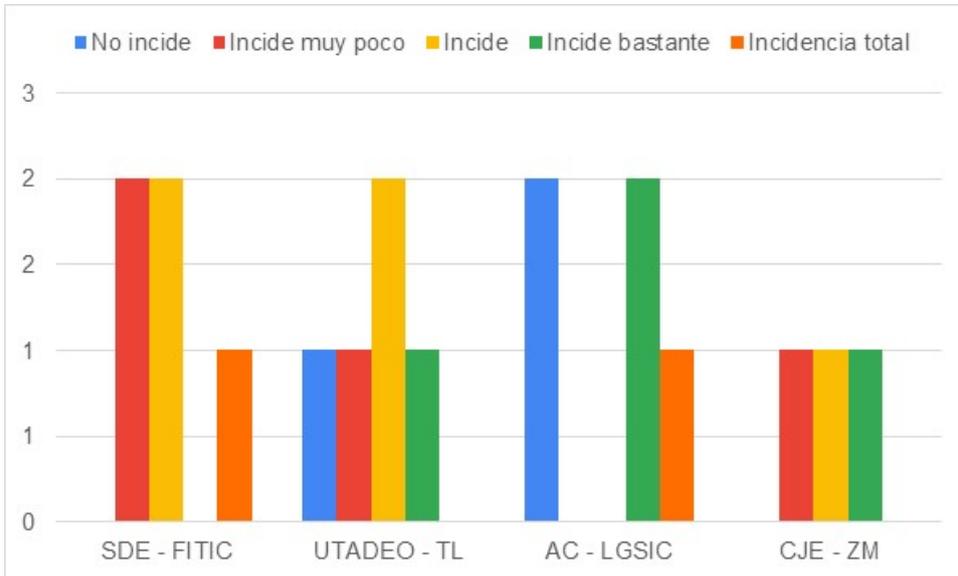


Figura 56

Incidencia de la Regulación Departamental para el Emprendimiento en Diseño, según los Beneficiarios

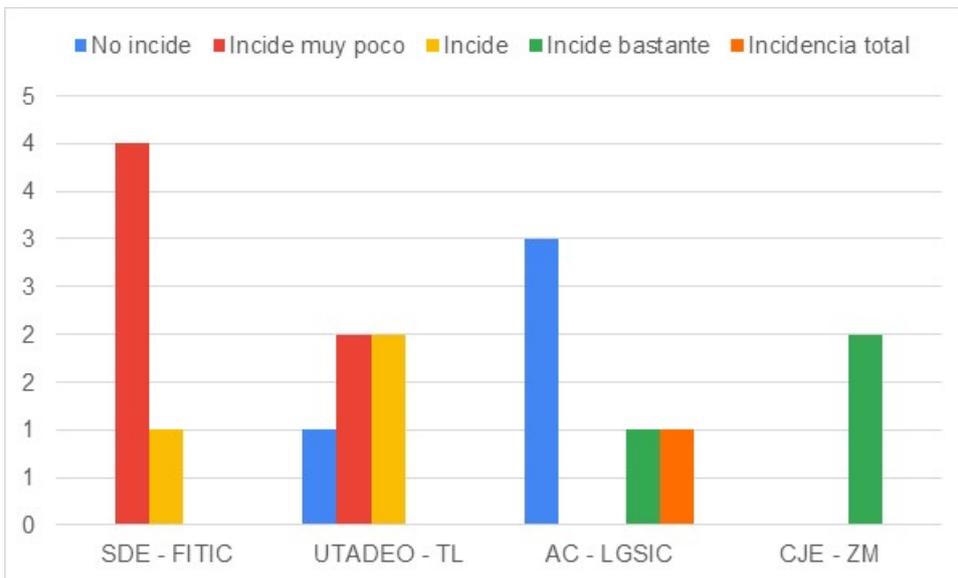


Figura 57

Incidencia de las Regulación Nacional para el Emprendimiento en Diseño, según los Beneficiarios

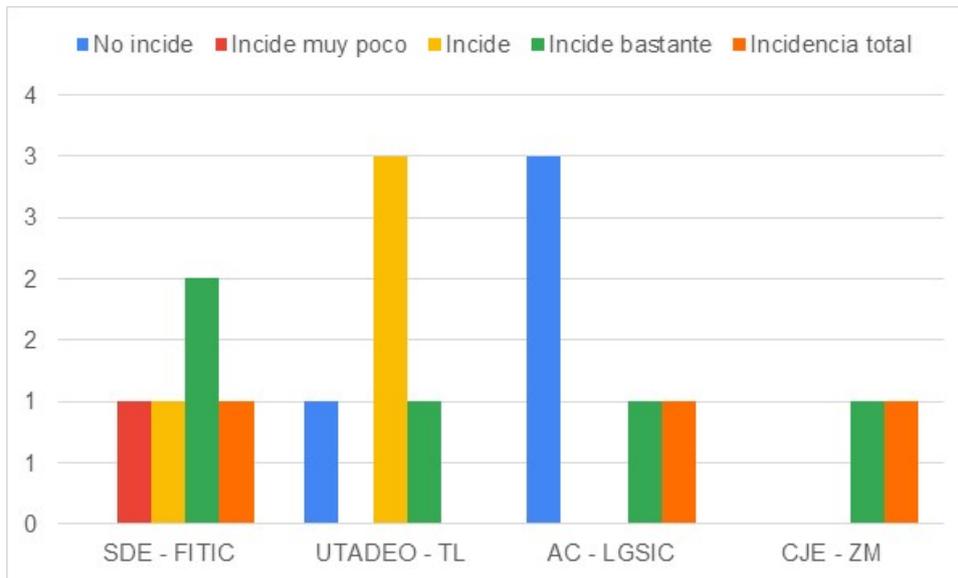
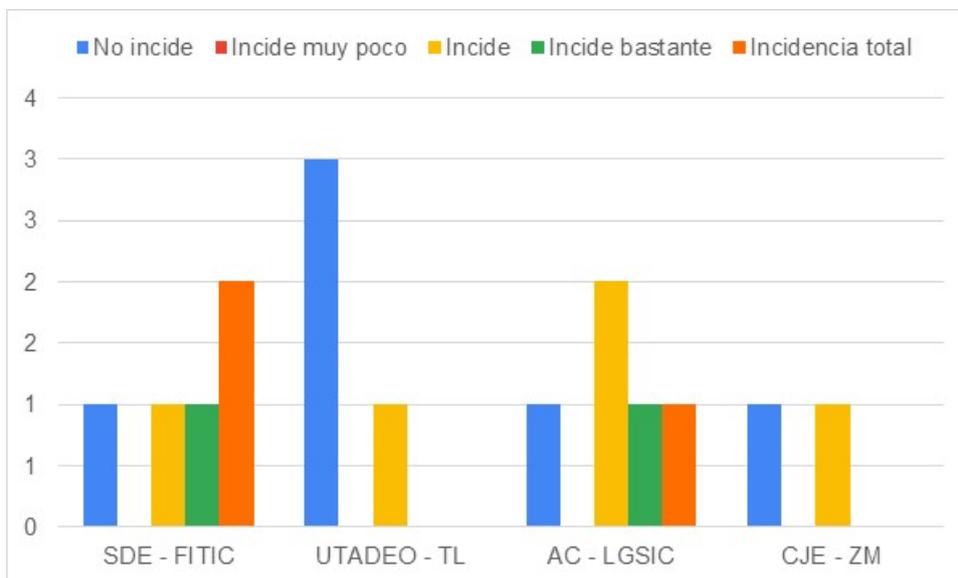


Figura 58

Incidencia del Desconocimiento de las Regulaciones para el Emprendimiento en Diseño, según los Beneficiarios



5.2 Posicionamiento institucional de las Organizaciones

Este análisis se lleva a cabo con base en las entrevistas realizadas a los líderes de los programas de cada Organización; Secretaría de Desarrollo Económico – Fondo Cuenta Distrital de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas (SDE – FITIC), Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano – Tadeo Lab (UTADEO – TL), Universidad del Rosario – Centro

de Emprendimiento (UR – CE), Artesanías de Colombia – Laboratorio de Gestión Social, Innovación y Creatividad (AC – LGSIC) y, Centro Javeriano de Emprendimiento – Programa Zumo Más (CJE – ZM) y; las encuestas realizadas a grupos de entre 4 a 6 beneficiarios de las mismas, durante el año 2021 y 2022. Para el caso de UR – CE, no se obtuvieron los datos de los beneficiarios, por lo cual, no fue posible hacer el análisis, a totalidad, para este caso.

Tabla 3

Posicionamiento Institucional de las Organizaciones y Percepción de los Beneficiarios

Organización	Conclusiones Organización	Conclusiones beneficiarios
SDE - FITIC	<p>Origen, misión y visión: El Fondo es creado en el año 2016 y se consolida el decreto en el 2018. Se caracteriza por el apoyo a la innovación, tecnologías e industrias creativas, siendo su público objetivo empresas formalizadas en Bogotá a través del otorgamiento de recursos para el desarrollo de sus emprendimientos.</p> <p>Puntualmente, para el programa Designtech, su objetivo buscaba apoyos en validación, prototipado y diseño para empresas con enfoque tecnológico.</p> <p>Tiempo de antigüedad en la gestión del emprendimiento en diseño: Seis años, aproximadamente.</p> <p>Servicios que los diferencian de otros programas con enfoque en diseño: Tiene un diferencial bajo en los servicios</p>	<p>Servicios que los diferencian de otros programas con enfoque en diseño: se menciona el acompañamiento, la entrega de recursos e incentivos económicos, herramientas de gestión y optimización de procesos, carisma y diligencia al impartir teoría, metodologías ágiles para la escalabilidad y el diseño del proyecto, cursos de administración básica y estar alineados con las necesidades de los emprendedores.</p> <p>Impactos de los servicios ofrecidos en los emprendimientos: se caracterizan por lograr ampliación de conocimientos en estrategia, observación crítica del negocio, fortalecimiento de los servicios y un alto impacto en la producción e ingresos. Desde el área de creación; está el diseño de nuevas líneas de negocio, productos, aplicativos web y testeos de los</p>

	<p>que ofrece ya que, según ArCo (Metodología de Articulación para la Competitividad), las entidades públicas suelen ofrecer lo mismo entre todas; capacitación, insumos y recursos. Sin embargo, se resalta que es importante potenciar como diferencial el desarrollo de instrumentos que brinden específicamente recursos directos tanto para prototipar como para el diseño en general y, específicamente de marca.</p> <p>Proyección que transmiten como Organización a los emprendedores en diseño: Se considera que es relativo y que depende del operador con el que se realice el contrato. Una vez está desarrollada la comunicación, esta se difunde por los medios digitales de las dos Organizaciones. En ese sentido, no hay una proyección definida, más allá de la que se plantea desde lo público como fondo distrital dirigido a la innovación, tecnología e industrias creativas y, depende del programa u operador con quien se realice la convocatoria.</p>	<p>mismos. Además, el uso de metodologías ágiles.</p> <p>Proyección institucional percibida: se describe como energética y entusiasta; promotora de la creación de empresa; que es clara con los objetivos del programa e implementa nuevos elementos y tecnología. Además, se destaca la innovación como un factor que va más allá del diseño y en el cual ya está implícito, con lo cual, no es solo para emprendimientos de esta área.</p>
<p>UTADEO - TL</p>	<p>Origen, misión y visión: Se distingue por la formación de</p>	<p>Servicios que los diferencian de otros programas con enfoque en diseño: el apoyo y el</p>

	<p>alta calidad que brinda a estudiantes y otros sectores de la sociedad a través de diferentes áreas del conocimiento, entre las que se destaca la Facultad de Artes y Diseño por ser la más grande en la Universidad y una de las más reconocidas en el país.</p> <p>Para el caso concreto del programa Diseño Bogotá, realizado en el año 2021, se focalizó en la asesoría y el acompañamiento a empresarios para el desarrollo de un prototipo que pudiera ser implementado en la sociedad. Es importante destacar que esta iniciativa fue realizada con FITIC, lo cual evidencia la complementariedad entre las misiones respectivas.</p> <p>Tiempo de antigüedad tienen en la gestión del emprendimiento en diseño: Veinte años, aproximadamente, haciendo procesos de consultoría. Con el sector público, seis años.</p> <p>Servicios que los diferencian de otros programas con enfoque en diseño: Consolida al diseño como una herramienta de transformación social. Es decir que va más allá de la elaboración de productos y servicios, por lo</p>	<p>respaldo académico que brinda la Universidad con profesores de diferentes campos del diseño, academias, generaciones y modelos de negocio. También, que es un servicio personalizado.</p> <p>Impacto de los servicios ofrecidos en los emprendimientos: se caracterizan por la innovación en materiales, desarrollo de productos y el acceso a diferentes herramientas útiles. Además, se destaca el hecho de propiciar el pensamiento detrás del diseño de colecciones, productos, exhibición y presentación tanto física como digital de los mismos. También, especificar la función del diseño, el comprador, usuario y, finalmente, iterar.</p> <p>Proyección institucional percibida: se describe como un espacio académico al cual puede acudir el empresario a través de capacitación, acompañamiento, asesorías y el cual tiene conocimiento del ecosistema. Además, se destaca como líder en temas de enseñanza y divulgación del diseño en Bogotá y el país.</p>
--	---	---

	<p>tanto, la formación y el acompañamiento que presta a los emprendedores se fundamenta desde esa posición. Además, tiene en cuenta aspectos desde el mercado, lo disciplinar del diseño y la tecnología para brindar el mejor servicio a los emprendedores.</p> <p>Proyección que transmiten como Organización a los emprendedores en diseño: Una de las improntas principales es la de estar vinculados con la Universidad del diseño, en Colombia. Además, por su trayectoria e historia, es una de las mejores instituciones del país en esta área.</p> <p>También, desde el hecho de tomar al diseño como una herramienta de transformación social que, permea cualquier dimensión del emprendimiento; desde modificar el modelo de negocio hasta construir un nuevo prototipo de un producto o servicios. Es una manera integral de ver al diseño.</p>	
<p>UR - CE</p>	<p>Origen, misión y visión: Inició siendo parte de la Escuela de Administración de la Universidad del Rosario. Actualmente, depende directamente de Rectoría y</p>	<p>No se obtuvieron los datos de los beneficiarios, por lo cual, no fue posible hacer el análisis.</p>

	<p>es transversal a todos los programas académicos.</p> <p>La misión es el apoyo y la potencialización del capital emprendedor rosarista, donde se concibe al emprendimiento como una herramienta, más que como un fin. Es decir que este puede funcionar tanto para la empleabilidad, como para la cocreación de soluciones innovadoras a nivel institucional, público o privado. Siendo así, trabaja a través desde estas aristas: ED school, Maker Lab, El Arte de Emprender y la Incubadora.</p> <p>Tiempo de antigüedad en la gestión del emprendimiento en diseño: Doce años</p> <p>Servicios que los diferencian de otros programas con enfoque en diseño: El componente metodológico que usa a través de infraestructura física, recursos, conocimiento y laboratorios de la Universidad a disposición de los emprendedores. El Arte de Emprender, que aplica metodologías del arte y el diseño aplicadas al emprendimiento; los laboratorios de materialización de productos y el pensamiento de diseño como herramienta para resolver a retos</p>	
--	---	--

	<p>en la sociedad tanto a nivel interno y externo como público y privado.</p> <p>Proyección que transmiten como Organización a los emprendedores en diseño: Un lugar seguro para emprender y materializar ideas a través de talleres, mentores, networking, capital semilla, y diferentes recursos. Un lugar en el que se aprende, se cometen errores y se acompaña en todo el proceso. En síntesis, un hogar para los emprendedores que hacen parte de la comunidad rosarista.</p>	
<p>AC - LGSIC</p>	<p>Origen, misión y visión: El proyecto nació como Laboratorios de Innovación y Diseño. Pero, con la perspectiva del actual gobierno cambió a Laboratorios de Gestión Social, Innovación y Creatividad.</p> <p>La misión principal es fortalecer el sector artesanal desde los diferentes procesos interdisciplinarios a toda la cadena de valor y productiva. Esto, a través de soluciones que transitan desde el diseño industrial, la antropología, sociología, psicología, administración y el equipo comercial de la Organización.</p>	<p>Servicios que los diferencian de otros programas con enfoque en diseño: se destacan por brindar asesoría y acompañamiento a artesanos con diseñadores que tienen sentido humano. Esto, a través de los laboratorios de tejeduría, gama de colores, diseño y confección, mercado y ventas. También, se diferencian por propiciar innovación y funcionalidad del diseño según las necesidades del cliente.</p> <p>Impacto de los servicios ofrecidos en los emprendimientos: tiene que ver con innovación y diferenciación de colecciones,</p>

	<p>Tiempo de antigüedad tienen en la gestión del emprendimiento en diseño: Más de veinte años en diseño y a partir del año 2017 se empezó a fortalecer mucho más.</p> <p>Servicios que los diferencian de otros programas con enfoque en diseño: El acompañamiento objetivo durante todo el proceso de transición por el que atraviesa un artesano hacia el emprendimiento. También, los Laboratorios de Gestión Social, Innovación y Creatividad, se especializan en Hogar y decoración. Es decir que los artesanos que se acompañan desde este lugar, diseñan productos con este enfoque en su funcionalidad y desde lo artesanal.</p> <p>Proyección que transmiten como Organización a los emprendedores en diseño: Tiene como objetivo destacar el carácter del nuevo artesano. Es decir, que también se venden artes manuales, artísticas y arquitectónicas que tienen un carácter de transformación social a partir de lo artesanal. En este sentido, pretenden llegar a nuevos artesanos que se proyecten a nivel de grandes</p>	<p>creación de nuevas líneas de producto y el desarrollo de la técnica para mejorar el resultado final, exhibición y comercialización exitosa en espacios relacionados a lo artesanal y, finalmente, el aprendizaje y aplicación de nuevos conocimientos en el diseño de los mismos.</p> <p>Proyección institucional percibida: se describe como creación e innovación; reconocimiento, visibilización y enseñanza del oficio artesanal; incremento de producción, recursos financieros y calidad de vida para los artesanos.</p>
--	--	--

	maestros que son independientes, van a ferias y tienen un mercado internacional para fortalecerlos como emprendedores.	
CJE - ZM	<p>Origen, misión y visión: Se creó en octubre de 2018 y en 2019 se lanzó Zumo Más. Este, es un programa de incubación dirigido hacia las industrias culturales y creativas, el cual se lanzó con base en la trayectoria de la Universidad Javeriana en temas de formación y en áreas como las artes escénicas, plásticas, musicales, etc, del país. Esto, conlleva a decidir explorar ese potencial en la Universidad, en un tiempo donde el gobierno hacía una apuesta importante por la economía naranja.</p> <p>Tiempo de antigüedad en la gestión del emprendimiento en diseño: Cinco años</p> <p>Servicios que los diferencian de otros programas con enfoque en diseño: El enfoque de ZM se dirige a todas las industrias culturales y creativas, con lo cual, el diseño no es la única área que participa en el programa. Es importante destacar el contenido como valor agregado en los emprendimientos de ZM.</p>	<p>Servicios que los diferencian de otros programas con enfoque en diseño: se diferencian por brindar un acompañamiento continuo, personalizado y un excelente apoyo a egresados de la Universidad Javeriana.</p> <p>Impactos de los servicios ofrecidos en los emprendimientos: se caracterizan por la creación de una guía sólida y base para el emprendimiento; identificación de líneas de negocio y definición de clientes objetivo; delimitación de la propuesta de valor, capacidad de transmitirla, pivotarla y lanzarla al mercado; conectar con los clientes y ofrecerles productos o servicios según sus necesidades; planificación económica y estratégica según cada servicio; aumento de proyectos a partir de la revisión del portafolio e imagen digital del emprendimiento; y re significación de los espacios a través del diseño.</p> <p>Proyección institucional percibida: se describe como una Organización que incentiva la</p>

	<p>El gran diferencial, es que conocen muy bien a las personas que han trabajado con arte y creatividad. También se va más allá del valor económico de un emprendimiento, incluyendo dentro del valor que se crea, se entrega y se captura el valor simbólico; siendo este el principal, desde el punto de vista del diseño, con el valor funcional y de intercambio.</p> <p>Esto conlleva a pensar fuera del estereotipo de modelos de negocio de crecimiento exponencial, replicables y unicornios. Sin embargo, al hablar de emprendimiento, se deja claro a los emprendedores del programa que van a hacer un negocio, a generar ingresos. Que no se hace solo por el placer, el arte o el amor.</p> <p>Proyección que transmiten como Organización a los emprendedores en diseño: Se dirige especialmente a estudiantes, egresados y profesores de la Universidad Javeriana. Con lo cual, hay un esfuerzo por diferenciar el potencial javeriano emprendedor. También, es importante destacar que los emprendedores sean personas conscientes y utilicen el emprendimiento como alternativa</p>	<p>creatividad e innovación para crecer en el mercado, es un puente para comunicar y unirse a otros emprendimientos, brinda aprendizaje continuo, aterriza los proyectos, ayuda a realizar un pitch estratégico y brinda a los emprendedores en diseño herramientas prácticas para lanzarse al mercado.</p>
--	---	---

	<p>para buscar soluciones a problemas que existen. En ese sentido, se destaca el tema del servicio, la sostenibilidad y responsabilidad socio ambiental.</p>	
--	--	--

5.2.1 Caso SDE – FITIC

En cuanto a los servicios que diferencian a SDE – FITIC, con base en la entrevista realizada a Diego Rivera y la encuesta hecha al grupo de beneficiarios, se identifica una relación desde el apoyo, acompañamiento y la capacitación que brinda el Fondo a los emprendedores que, no son exclusivamente en diseño, pero sí de base tecnológica. También, el otorgamiento de recursos para el crecimiento de los emprendimientos y el diseño como eje transversal a través de metodologías ágiles.

La proyección que transmite SDE – FITIC, según la entrevista y encuesta realizada, se relaciona con tecnología e innovación. Esta última, como un factor que ya tiene implícito el diseño y que por lo tanto lo trasciende.

Los beneficiarios mencionan el otorgamiento de recursos para el crecimiento de los emprendimientos como una característica principal de SDE – FITIC y, desde el liderazgo de esta Organización, se especifica que para lograr diferenciarse en el ecosistema, estos deben dirigirse al diseño de prototipos, el diseño en general y especialmente de marca.

5.2.2 Caso UTADEO – TL

Los servicios que diferencian a UTADEO – TL, con base en la entrevista realizada a D.A Restrepo Quevedo y la encuesta hecha al grupo de beneficiarios, se identifica una relación entre la formación y el respaldo académico que brinda la Universidad con profesores de diferentes campos del diseño. También, el apoyo, acompañamiento y la asesoría prestada a empresarios. Se destaca el impacto de los servicios en los emprendimientos de los beneficiarios, a partir del hecho de propiciar el pensamiento detrás del diseño teniendo en cuenta diferentes variables como el mercado y la tecnología, principalmente.

La proyección institucional identificada, se relaciona principalmente con el hecho de ser la Universidad líder en diseño del país y que es un espacio académico al cual pueden acudir empresarios para capacitación, acompañamiento y asesorías.

Un aspecto a tener en cuenta es, que los beneficiarios mencionan el pensamiento de diseño para el desarrollo de sus productos o servicios, pero no hablan del diseño como herramienta para la transformación social, característica que se menciona como impronta principal desde el liderazgo de UTADEO – TL, por lo tanto, es un factor a fortalecer en el posicionamiento de esta Organización.

5.2.3 Caso UR – CE

No se obtuvieron los datos de los beneficiarios, por lo cual, no fue posible llevar a cabo el análisis para este caso. Sin embargo, desde la perspectiva de la Organización y con base en la entrevista realizada a Juan Sebastián Chávez, se proyectan como un lugar seguro para emprender y materializar ideas a través de talleres, mentores, networking, capital semilla, y diferentes recursos. Un lugar en el que se aprende, se cometen errores y se acompaña en todo el proceso. Un hogar para los emprendedores que hacen parte de la comunidad rosarista.

Los servicios que prestan se diferencian en el componente metodológico a través de infraestructura física, recursos, conocimiento y laboratorios de la Universidad que están a disposición de los emprendedores. Además, a través de la innovación pedagógica llamada El Arte de Emprender, que aplica metodologías del arte y el diseño aplicadas al emprendimiento; los laboratorios de materialización de productos y el pensamiento de diseño como herramienta para resolver a retos en la sociedad tanto a nivel interno y externo como público y privado.

Es importante mencionar que, esta Organización, se dirige a la comunidad rosarista a través de todas sus Facultades, entre las que se encuentra la Facultad de Creación. Sin embargo, no es exclusiva para el área del diseño. Más bien, esta se aplica como una herramienta transversal a todo tipo de emprendimiento.

5.2.4 Caso AC – LGSIC

En los servicios que diferencian a AC – LGSIC, con base en la entrevista realizada a Samuel López y la encuesta hecha al grupo de beneficiarios, se identifica una relación entre la asesoría y el acompañamiento dirigido a artesanos a través de soluciones que se abarcan desde el diseño hasta otras áreas y, también, los diferentes laboratorios que brinda la Organización. Otro diferencial es que propicia la innovación y funcionalidad del diseño artesanal. Se destaca el impacto de los servicios de AC – LGSIC, a través de la innovación y creación aplicada al diseño de productos y el desarrollo de la técnica para la exhibición y comercialización exitosa en espacios artesanales.

La proyección institucional identificada, según la entrevista y encuesta aplicada, se relaciona principalmente con el nuevo artesano que innova y crea logrando posicionarse en el mercado y adquiere recursos financieros para fortalecer su producción artesanal.

La característica de vender artes manuales, artísticas y arquitectónicas como un factor de transformación social del nuevo artesano, no se menciona desde la perspectiva del grupo de beneficiarios, por lo tanto, es un factor a mejorar en el posicionamiento de la Organización.

5.2.5 Caso CJE – ZM

En los servicios que diferencian a CJE – ZM, con base en la entrevista realizada a Julián Ballesteros y la encuesta hecha al grupo de beneficiarios, se identifica una relación a partir del acompañamiento continuo, personalizado y excelente apoyo que brinda el programa a la comunidad javeriana. También, se destaca el impacto de los servicios, principalmente, a través de la delimitación de la propuesta de valor y el contenido simbólico como el diferencial de la misma en todos los emprendimientos del programa.

La proyección institucional identificada, según la entrevista y encuesta aplicada, se relaciona principalmente con destacar el potencial javeriano a través de formación, aprendizaje y acompañamiento a emprendedores de las industrias culturales y creativas.

La característica del servicio, la sostenibilidad y responsabilidad socio ambiental, es un factor a fortalecer en el posicionamiento de la Organización, ya que ninguno de los beneficiarios encuestados lo mencionaron o precisaron al respecto.

5.3 Condiciones sistémicas para el emprendimiento en diseño, en Bogotá

Condiciones sistémicas existentes en el sistema educativo:

Las Organizaciones desconocen con precisión el nivel de formación sobre emprendimiento en diseño que tenían los beneficiarios, sin embargo, con base en sus experiencias, asumen que tenían cierto nivel de formación sin esta especificidad como tal. Es decir, en algunos casos tenían conocimientos en diseño a través de universidades, en otros casos se habían formado de generación en generación en el diseño artesanal y, por otro lado, se considera que había un interés en formarse al respecto. También, mencionan entidades que están realizando acciones al respecto como la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, el Centro Javeriano de Emprendimiento y Taller Cinco.

Dicho esto, en relación a los resultados de las encuestas realizadas a los beneficiarios, se demuestra que existe un sistema educativo dirigido al emprendimiento en diseño que se gestiona principalmente desde la formación universitaria; 83% (SDE – FITIC), 100%

(UTADEO – TL), 100% (CJE – ZM) y, en menor medida terciaria; 16,7% (SDE – FITIC), 80% (AC – LGSIC). Sin embargo, no existe una preparación al respecto a través de la educación en colegios, por lo tanto, esto se convierte en una oportunidad para el desarrollo del ecosistema en estudio.

Respecto al proceso llevado a cabo con las Organizaciones, los beneficiarios consideran, en su mayoría, que hay una incidencia favorable en relación a la educación secundaria, terciaria o, universitaria sobre emprendimiento en diseño; 66,7% (SDE – FITIC), 80% (UTADEO – TL), 80% (AC – LGSIC) y, 100% (CJE – ZM). Sin embargo, según el 60% de las Organizaciones, hay un grado medio en la deserción de los beneficiarios que puede estar relacionado, en su mayoría, con la búsqueda de estabilidad laboral y la falta de tiempo, representadas cada una según el 40% de las Organizaciones. Esto conlleva a indagar aún más en este factor para encontrar las verdaderas causas de deserción en los beneficiarios y de esta manera proponer, ejecutar y probar iniciativas que mejoren estos indicadores en el ecosistema.

Respecto a la participación de los beneficiarios por área de diseño, según las Organizaciones, el mayor nivel de incidencia es en diseño industrial y diseño de indumentaria o moda. En menor medida, se destaca diseño de joyas y diseño digital. Después, se identifica una baja incidencia en el área de diseño gráfico y diseño de artesanías. Esto indica que se evidencia un mayor interés en la producción tangible, funcional y estética en los beneficiarios, versus una intangible o artesanal. Sin embargo, es importante indagar sobre la sostenibilidad y el éxito de los emprendimientos por área de diseño a través de los beneficiarios para lograr un análisis más específico que evidencie hacia dónde se está transformando el diseño desde el emprendimiento y según las condiciones de la demanda en el contexto de estudio.

En síntesis, existen algunas condiciones en el sistema educativo del ecosistema emprendedor intensivo en diseño de Bogotá, principalmente a través de las universidades y, después, de programas terciarios. Sin embargo, no existe formación al respecto dirigida a través de colegios, por lo tanto, esto se convierte en una oportunidad para el desarrollo del ecosistema en estudio. Asimismo, el 60% de las Organizaciones indican un grado medio de deserción en los beneficiarios que está relacionado con la búsqueda de estabilidad laboral y la falta de tiempo, lo cual se convierte en un factor a indagar para encontrar soluciones. Finalmente, también se identifica un mayor interés en la producción tangible, funcional y estética en los beneficiarios, versus una intangible o artesanal, ya que hay una

mayor incidencia en la participación de los beneficiarios a través del diseño industrial e, indumentaria o moda.

Condiciones sistémicas existentes en la Cultura:

Según las Organizaciones, la visibilización y valoración de los emprendimientos a través de medios de comunicación u otras oportunidades, se ve fortalecida a través de los convenios de asociación entre el sector público y privado (SDE – FITIC y UTADDEO – TL), el rol específico de un equipo de comunicación (UR - CE, AC - LGSIC, CJE – ZM) y la ejecución de otros eventos sociales como una hackathon a nivel académico (SDE - FITIC); muestras en entornos públicos, privados o académicos (SDE - FITIC, UTADDEO – TL, UR – CE, AC - LGSIC, CJE – ZM); ruedas de negocios (UTADDEO – TL); festivales institucionales (UR – CE) y ferias en diferentes sectores de Bogotá (FITIC, AC - AC - LGSIC). Según las encuestas, se evidencia en mayor medida, a través de ferias de emprendimientos y difusión de casos a través de los medios, cada una según el 40% de las Organizaciones. También, en menor medida, a través del emprendimiento como opción de carrera, según el 20% de las Organizaciones.

Esto, en relación a los beneficiarios, se identifica una coincidencia en la incidencia de la realización de eventos sociales, según 5 (SDE – FITIC) y 4 (CJE – ZM), emprendimiento como opción de carrera, según 5 (AC – LGSIC) y 4 (CJE – ZM) y ferias de emprendimiento según 4 (UTADDEO – TL) y 4 (CJE – ZM). Con lo cual, se evidencia que hay una correspondencia entre la experiencia de los beneficiarios y la indicada por las Organizaciones.

Respecto a los factores que mayor fortalecimiento necesitan según las Organizaciones y el proceso llevado a cabo son, en primera instancia; valoración del fracaso y, después, tolerancia al riesgo y valoración del éxito. Esto, en relación a los beneficiarios, predomina el fortalecimiento en la tolerancia al riesgo, según el 83,3% (SDE – FITIC) y 100% (UTADDEO – TL). En menor medida, la valoración del éxito, según el 80% (AC – LGSIC); y valoración del fracaso, según el 75% (CJE – ZM). Con lo cual no existe una correspondencia, sin embargo, sí evidencia el orden de importancia de estos factores en los beneficiarios y también demuestra que todos son considerados a fortalecerse tanto para las Organizaciones como para los beneficiarios.

En síntesis, existen condiciones sistémicas en la cultura del ecosistema de emprendimiento intensivo en diseño de Bogotá y se evidencia una predominante incidencia en la visibilización y valoración de los emprendimientos a través de medios de comunicación u otras oportunidades, por medio de eventos sociales, emprendimiento como opción de carrera y

ferias de emprendimiento. También, tanto las Organizaciones como los beneficiarios encuestados consideran importante fortalecer en primera instancia la valoración del fracaso y la tolerancia al riesgo, respectivamente. Esto, posiciona a la valoración del éxito en el último lugar de la escala, sin embargo, todos los factores se consideran relevantes para su fortalecimiento en los procesos desarrollados durante el tiempo de estudio.

Condiciones sistémicas existentes en las condiciones sociales:

Las dificultades socio económicas que se identifican en los emprendedores, según las Organizaciones, son la carencia de capital semilla o recursos para crecer sus negocios (SDE - FITIC, AC - LGSIC), necesidad de generar ingresos pronto o un trabajo inmediato (CJE – ZM), desplazamiento por la violencia o que hacen parte de grupos formados en el oficio artesanal generacionalmente (AC – LGSIC) y una brecha tecnológica ya que se evidenciaron dificultades en la implementación virtual del programa Diseño Bogotá (UTADEO – TL).

Lo anterior corresponde con las respuestas dadas por los beneficiarios respecto a su nivel socio económico en el desempeño de sus emprendimientos ya que tiene incidencia total, incide bastante e incide, en su mayoría, según el 50% (SDE – FITIC), 80% (UTADEO – TL), 100% (AC – LGSIC), y 100% (CJE – ZM). Con lo cual, esto se convierte en un aspecto a indagar para encontrar sus verdaderas causas y así mismo proponer soluciones que conlleven a un mejor desarrollo del ecosistema.

Respecto al enfoque diferencial de género de los beneficiarios encuestados, la participación predominante es 80% femenina y, una menor del 20% masculina, según las Organizaciones. Con lo cual, esto corresponde con las encuestas de los beneficiarios, las cuales indican una mayor participación femenina según el 80% (AC – LGSIC) y 100% (CJE – ZM) y, después, una masculina del 83,3% (SDE – FITIC) y 60% (UTADEO – TL). En ningún caso los beneficiarios se consideran transgénero o de otro género, con lo cual, esto puede ser una oportunidad para indagar y proponer nuevos enfoques y programas para el emprendimiento en diseño de Bogotá.

Los beneficiarios no pertenecen a ningún grupo étnico, según el 100% de los encuestados. Sin embargo, las Organizaciones indican un porcentaje menor del 20% asociado al grupo indígena (AC – LGSIC). Esto implica un enfoque diferente en el público objetivo y, a la vez, plantea cuestiones respecto a esto mismo en el ecosistema de estudio.

La participación extranjera en los emprendimientos beneficiarios, no incide e incide muy poco, según la sumatoria del 60% de las Organizaciones. Lo cual corresponde con la encuesta de los beneficiarios que, en su mayoría, incide muy poco o no incide, según el 50%

(SDE – FITIC), 60% (UTADEO – TL), 80% (AC – LGSIC), 75% (CJE – ZM). Esto demuestra que existe tal participación en menor medida y que podría considerarse su apertura, según el caso.

En síntesis, la existencia de condiciones socio económicas en el ecosistema emprendedor intensivo en diseño existen, sin embargo, presenta algunas limitaciones que, principalmente, impiden el crecimiento de los emprendimientos a través de capital semilla y, en otros casos, conlleva a la deserción de los beneficiarios ya que se ven ante la urgencia de conseguir ingresos o estabilidad laboral. Además, esto se constata a través de las encuestas ya que la mayoría de beneficiarios considera que su nivel socio económico incide en el desempeño de sus emprendimientos. Por otro lado, el enfoque diferencial de género y étnico identificado tiende a ser heterogéneo ya que la mayoría se identifica con el género femenino, después con el masculino y ninguno con transgénero u otro. Asimismo, el total de los beneficiarios encuestados indican no pertenecer a algún grupo étnico, aunque se identifica el 20% de participación indígena según una de las Organizaciones (AC – LGSIC). Finalmente, la participación extranjera en los emprendimientos tiene una baja incidencia, lo cual puede ser un aspecto a considerar, según el caso.

Condiciones sistémicas existentes en la estructura empresarial:

Respecto a la estructura empresarial de las Organizaciones se tuvieron en cuenta dos factores; por un lado, el equipo humano contratado y, por otro, su estructura empresarial. Inicialmente, se identifica que el mínimo número de personas contratadas para el emprendimiento en diseño por las Organizaciones es de cuatro (CJE – ZM, AC – LGSIC); mientras que el mayor número es de ochenta (UTADEO – TL). También, respecto a los roles que asumían se menciona, en general, la figura de un líder que supervisa la ejecución de los programas, profesores, administrativos y personal de apoyo. En uno casos se identifica contratación externa para temas particulares (SDE – FITIC, UTADEO – TL) y, otros, en los que suele ser estable ya que son los mismos trabajadores de cada Organización quienes realizan las funciones determinadas (UR – CE, CJM - ZM y AC – LGSIC).

Respecto a la incidencia del equipo humano de trabajadores contratado en los objetivos de los emprendimientos beneficiarios, se identifica que tiene una incidencia total, incide bastante e incide, según los beneficiarios encuestados 100% (SDE – FITIC), 80% (UTADEO – TL), 100% (AC – LGSIC) y 100% (CJE – ZM). Por lo tanto, esto evidencia que este factor es una fortaleza en el ecosistema de estudio y que para el caso particular de UTADEO – TL, es importante indagar al respecto para encontrar las causas que, según la encuesta, indican incidir muy poco, según el 20%.

Respecto a la estructura organizacional predominante en las Organizaciones, se identifica que es jerárquica y, en algunos casos se identifican características mixtas en la implementación de los programas respectivos (SDE – FITIC, UTADDEO – TL). Además, según el 60% de las encuestas, esta incide y, también tiene incidencia total e incide bastante, según el 40%, respectivamente, en los objetivos de los programas realizados.

En síntesis, las Organizaciones se caracterizan por tener una estructura organizacional jerárquica con personal contratado de forma interna y, en algunos casos, se identifican características mixtas con personal contratado de forma externa. Finalmente, se identifica una relación entre la incidencia del equipo humano de trabajadores y la estructura empresarial de las Organizaciones ya que es favorable, lo cual indica que existen condiciones sistémicas en la estructura empresarial, a través de estos dos factores.

Condiciones sistémicas existentes en las condiciones de la demanda:

Para esta dimensión, condiciones de la demanda, que conforma el eje espacio de oportunidades y sus determinantes, se tuvo en cuenta la demanda local actual de emprendimientos en diseño, en el contexto bogotano y, a la vez, la incidencia de la demanda local de los emprendimientos beneficiarios durante el año 2021 y 2022.

Según las Organizaciones, la demanda local de los emprendimientos beneficiarios de este estudio, incide e incide bastante, según el 80% y, tiene incidencia total, según el 20%, de estas. Por otro lado, según los beneficiarios, esta tiene incidencia total, incide bastante e incide, en su mayoría. 100% (SDE – FITIC), 60% (UTADDEO – TL), 100% (AC – LGSIC) y 75% (CJE – ZM). Por otro lado, la demanda actual de emprendedores en diseño respecto a los últimos tres años en Bogotá es estable, según el 60% de las Organizaciones y, creciente, según el 40% de las mismas.

Finalmente, lo anterior indica que existen condiciones sistémicas en Bogotá, con respecto a la demanda de emprendimientos en diseño y que además está en crecimiento, según las Organizaciones. Asimismo, su incidencia es predominante para los beneficiarios, a pesar de incidir muy poco en algunos casos 40% (UTADDEO – TL) y 25% (CJE – ZM). Por lo tanto, esto último se convierte en un factor a indagar para hallar las posibles causas y soluciones que propicien el crecimiento de la demanda en el ecosistema de estudio.

Condiciones sistémicas existentes en la Plataforma CTI:

En esta dimensión, correspondiente al eje espacio de oportunidades y sus determinantes en la plataforma CTI, específicamente en el Bogotá, se identifica un desconocimiento ante una posible vinculación directa con esta, en la mayoría de las Organizaciones (UTADDEO – TL, AC – LGSIC, CJE – ZM). Sin embargo, hay una postura desde la investigación sobre

el emprendimiento en diseño como un área de estudio en exploración y, a la vez, una vinculación directa en dos de estas (SDE – FITIC, UR – CE). Asimismo, es importante mencionar que se identifica un esfuerzo por lograr nuevas alianzas con la plataforma CTI que puedan fortalecer a nivel tecnológico y, especialmente, en temas de conectividad (AC – LGSIC).

Sin embargo, lo anterior no corresponde con los resultados de las encuestas ya que según el 60% de las Organizaciones, la plataforma CTI incide bastante o incide, respectivamente. Es decir que el 40% de estas indican que no incide en los procesos realizados durante el tiempo de estudio. A la vez, para los beneficiarios, la plataforma tiene incidencia total, incide bastante e incide, en la mayoría de los encuestados 100% (SDE – FITIC) y 100% (AC – LGSIC). Sin embargo, incide muy poco o no incide, según el 60% (UTADEO – TL) y el 50% (CJE – ZM). Esto plantea cuestiones respecto al conocimiento de la plataforma CTI tanto para las Organizaciones, como para los beneficiarios ya que, se evidencia algo de ambigüedad al respecto. También, respecto a las formas en las que se vinculan con esta y los motivos por los cuales no lo están, según sea el caso.

Finalmente, las condiciones sistémicas existentes en la plataforma CTI, para el emprendimiento en diseño dentro del contexto bogotano, existen en una escala muy baja. Además, se evidencia ambigüedad respecto a lo que esta implica y desconocimiento respecto a las posibles formas de vinculación que se realizan con esta misma. Sin embargo, se identifica una postura desde la investigación sobre el emprendimiento en diseño como un área de estudio en exploración, una vinculación directa en dos de las Organizaciones (SDE - FITIC, UR - CE) y, también, un esfuerzo por lograr nuevas alianzas que puedan fortalecer a nivel tecnológico y, especialmente, en temas de conectividad (AC - LGSIC).

Condiciones sistémicas existentes en el capital social:

Respecto a los apoyos locales, nacionales y extra locales; se identifica una predominancia en los locales del sector privado, de los cuales, el más frecuente es a través de la Cámara de Comercio de Bogotá, después con universidades como UTADEO o EAN y, por último, a través de las entidades internas de cada Organización. A nivel nacional, el apoyo predominante es del sector público, a través de entidades como Innpulsa Colombia, MinCIT, MinTIC, Ministerio de Cultura, Procolombia y Fontur. Sin embargo, también se destacan los apoyos logrados a nivel nacional desde el sector privado, a través de entidades bancarias como Fundación Bolívar Davivienda y el Banco Santander con MetaRed y Universia. A nivel extra local, se evidencia un esfuerzo por conseguir apoyos internacionales en las Organizaciones por medio de un equipo de cooperación internacional (AC – LGSIC) y, con invitados internacionales como David Parrish (CJE – ZM). Además, es importante mencionar

que los apoyos logrados fueron, en su mayoría, acuerdos en especie o contrapartida. Mínimamente, se acordaron recursos económicos. Según las encuestas, la incidencia del apoyo institucional recibido fue determinante a través de la vinculación con apoyo local, capacitación, acompañamiento y, crecimiento, según 4 Organizaciones. Después, los apoyos que indican una menor incidencia son el networking y la vinculación con apoyo extra local, según 3 organizaciones. Para el caso de los beneficiarios, los aspectos que tienen mayor incidencia respecto al apoyo institucional captado por las Organizaciones son networking, según 5 (SDE – FITIC), 5 (AC – LGSIC) y 3 (CJE – ZM); crecimiento, según 5 (SDE – FITIC) y 5 (AC – LGSIC); y capacitación, según 5 (SDE – FITIC) y 5 (AC – LGSIC). Ahora, el factor apoyo extra local es el que menor incidencia tiene según 4 beneficiarios (SDE – FITIC), 4 (UTADEO – TL) y 3 (CJE – ZM).

Con respecto a las redes con otros actores del ecosistema logradas por las Organizaciones, sobresalen las creadas para el diseño de marca o asesoría sobre el registro de la misma con la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), (SDE – FITIC). También, a través de la articulación con ENTI, spin off del Centro Progresia - UNIMINUTO Bogotá (Corporación Universitaria Minuto de Dios), (UR – CE). También, se identifican apoyos concertados entre organizaciones educativas para la transmisión de conocimiento, específicamente, en industrias culturales y creativas, a través de la articulación con LaSalle College (UTADEO – TL) y la invitación a David Parrish como conferencista (CJE – ZM). Asimismo, se identifica un nivel de relacionamiento interno, del sector universitario, para la creación y el fortalecimiento de redes a través de FaCrea (UR – CE) y; Facultad de Arte, Facultad de Arquitectura y Diseño, Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana (CJE – ZM). Finalmente, sobresale el fortalecimiento de las redes creadas por las Organizaciones a nivel local y desde el sector privado con UTADEO (SDE – FITIC), LaSalle College (UTADEO – TL), FaCrea, ENTI (UR – CE), Asociación Zona Rosa, Centro Comercial Mall Plaza, Coliseo Live, Corferias, Bavaria, Bogotá Fashion Week (AC – LGSIC), Facultad de Arte; Facultad de Arquitectura y Diseño, Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana (CJE – ZM). A nivel nacional, se destaca el sector público con redes creadas a través de Fontur (AC – LGSIC) y SIC (SDE – FITIC). Además, según los beneficiarios, el tipo de oportunidades de articulación con el ecosistema emprendedor que facilitaron con más frecuencia las Organizaciones fueron, en su mayoría; ferias y eventos, 66,7% (SDE – FITIC) y el 100% (AC – LGSIC). También se destaca la captación de oportunidades extra locales, 60% (UTADEO – TL) y el 50% (CJE – ZM).

Con respecto a las redes, ferias u otras oportunidades para los emprendedores; a nivel local sobresalen las oportunidades gestionadas por el sector privado como; ruedas de negocio (SDE – FITIC, UTADAO – TL), Carrera 5K del Emprendimiento y el Festival del Arte de Emprender, Ferias de la Cámara de Comercio de Bogotá (UR – CE); Programa Apoyo Legal Javeriano (CJE – ZM) y de gestión mixta como Feria del Hogar, Mercado Artesanal el Retiro a través de El Retiro Shopping Center y Asociación Zona Rosa de Bogotá, Muestra Artesanal Coliseo Live, Feria Altiplano Artesanal a través de Mall Plaza y el Parque la Colina (AC – LGSIC). A nivel nacional, sobresale el sector mixto a través de Expoartesanías (AC – LGSIC) y Fondo Emprender (CJE – ZM). También, se identifica un potencial para la visibilidad y socialización de los emprendimientos a través de diferentes oportunidades, independientemente de la Organización que lo gestione. Esto se evidencia en las ruedas de negocio ya que superaron las expectativas y fueron efectivas para todo tipo de emprendimiento (UJTL – TL). También, algunos beneficiarios lograron pasar a Aldea, programa financiado por FITIC (CJE – ZM).

Según las encuestas, el acceso al capital social de los beneficiarios es predominante en la existencia de espacios de encuentro, búsqueda de redes extra locales, apertura a foráneos y, articulación, según las 5 Organizaciones. Después; clima colaborativo y, bases de confianza, según 4 Organizaciones. Finalmente, el factor de menor incidencia es; importancia en diferencias sociales, según 3 Organizaciones. Ahora, según los beneficiarios, hay una correspondencia en la incidencia predominante en la articulación, según 5 beneficiarios (SDE – FITIC), 3 (UTADAO – TL), 5 (AC – LGSIC) y 4 (CJE – ZM); bases de confianza, según 5 beneficiarios (SDE – FITIC) y 3 (UTADAO – TL); búsqueda de redes extra locales, según 3 (UTADAO – TL) y 5 (AC – ZM); existencia de espacios de encuentro, según 3 (UTADAO – TL) y 5 (AC – LGSIC). Finalmente, también se destaca clima colaborativo, según 5 (AC – LGSIC). A la vez, también hay una relación en la baja incidencia que tiene la importancia en diferencias sociales, según 3 beneficiarios (SDE – FITIC) y 4 (UTADAO – TL). Por otro lado, la apertura a foráneos también es un factor de baja incidencia, según 3 (SDE – FITIC), 4 (UTADAO – TL) y 2 (CJE – ZM); mientras que para las Organizaciones es predominante.

En definitiva, existen condiciones sistémicas en el capital social del ecosistema emprendedor intensivo en diseño de Bogotá, que se caracteriza por lograr apoyos locales del sector privado por las Organizaciones, en su mayoría y, a nivel nacional, sobresalen los públicos. Sin embargo, también se destacan los apoyos logrados a nivel nacional con entidades bancarias y, en algunos casos, se evidencian esfuerzos por acordar apoyos extra locales a

nivel internacional. Asimismo, las encuestas evidencian que hay una correspondencia entre el factor crecimiento y capacitación, como aquellos que predominan y, apoyo extra local, como el que mayor fortalecimiento requiere. También, se identifica que el networking fue determinante para los beneficiarios, sin embargo, para las Organizaciones no lo fue tanto. Con lo cual, estos últimos se convierten en factores a estudiar y mejorar.

También, sobresale el fortalecimiento de las redes creadas en el ecosistema por las Organizaciones, a nivel local desde el sector privado y, a nivel nacional, desde el sector público. En este sentido, se destacan las que fueron creadas para apoyar el diseño de marca o el registro de la misma. También, para la transmisión de conocimiento a nivel local e internacional, principalmente desde el sector universitario, el cual tiene un nivel de relacionamiento interno que demuestra la capacidad de gestión y el fortalecimiento de vínculos que posee. Asimismo, los beneficiarios indican las ferias de emprendimientos y la captación de oportunidades extra locales como los factores de mayor incidencia en las redes con otros actores del ecosistema, logradas por las Organizaciones.

Finalmente, con respecto a las redes, ferias u otras oportunidades para los emprendedores; a nivel local sobresalen las oportunidades gestionadas por el sector privado y, a nivel nacional, de gestión mixta. También se identifica una oportunidad en eventos como ruedas de negocio u otros, independientemente de la entidad que lo gestione, que esté articulado con el ecosistema y apoyado por la Organización que lo vincula. Además, según las encuestas, hay una correspondencia en la incidencia predominante que tienen los factores; articulación, bases de confianza, búsqueda de redes extra locales, existencia de espacios de encuentro y clima colaborativo. Sin embargo, también se identifica una relación en la baja incidencia que tiene la importancia en diferencias sociales y, por otro lado, la apertura a foráneos es un factor que se contradice respecto a la percepción de los beneficiarios ya que para ellos también tiene baja incidencia, mientras que para las Organizaciones es predominante.

Condiciones sistémicas existentes en el financiamiento:

Respecto a las entidades con mayor participación en la financiación de las iniciativas de las Organizaciones, sobresale a nivel local el financiamiento logrado a través del sector mixto por contrapartida en especie, a través de diferentes operadores como UTADEO (SDE – FITIC), Centro Comercial El Retiro, Coliseo Live y Mercado de las Aguas (AC – LGSIC). También, el financiamiento por recursos públicos del estado (SDE – FITIC, UTADEO – TL). Asimismo, a nivel local como nacional, se destaca el capital semilla aportado por el

sector privado a través de entidades como la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Javeriana, el cual se entrega en especie (CJE – ZM) y, a través de Porvenir (UR – CE); sin embargo, hay dificultad para conseguir este capital para innovación a través de bancos o fondos (SDE - FITIC) y, en algunos casos, cuando se logra, es muy bajo (UR-CE). Además, según las encuestas, en el financiamiento de las iniciativas desarrolladas predomina la participación de entidades privadas, según el 60% de las Organizaciones y, una participación menor a través de entidades públicas, según el 40% de las mismas.

Seguido de esto, el financiamiento privado captado por los beneficiarios a través de inversores, predominantemente no incide e incide muy poco, según 4 Organizaciones. Después, bancos, particulares y, empresas, cada uno según 3 Organizaciones. Ahora, para los beneficiarios, tiene mayor incidencia el financiamiento a través de inversores según 5 (SDE – FITIC). Mientras que los aspectos que mayormente inciden muy poco o no inciden son; particulares, según 4 (SDE – FITIC), 3 (UTADEO – TL); bancos, según 3 (SDE - FITIC), 3 (UTADEO – TL), 3 (AC – LGSIC) y 1 de 2 respuestas (CJE – ZM); empresas, según 3 (UTADEO – TL), 3 (AC – LGSIC) y 2 (CJE – ZM).

En el financiamiento público captado por los beneficiarios, se destaca la incidencia en local para la creación y nacional para la creación, según 3 Organizaciones. Sin embargo, el local para la expansión y nacional para la expansión, predominantemente no inciden e inciden muy poco, según 4 Organizaciones. Esto, en relación con los beneficiarios, los factores que mayor incidencia tienen son el local para la creación, según 5 beneficiarios (SDE – FITIC), 3 (UTADEO – TL) y 2 (AC – LGSIC); y local para la expansión, según 4 (SDE – FITIC), 2 (AC – LGSIC) y 2 (CJE – ZM). Por otro lado, los que consideran que inciden muy poco o no inciden son el nacional para la expansión, según 4 beneficiarios (SDE – FITIC) y 3 (AC – LGSIC) y el nacional para la creación, según 3 (SDE – FITIC), 3 (AC – LGSIC) y 2 (CJE – ZM).

Lo anterior, demuestra que existen condiciones sistémicas en el financiamiento del ecosistema emprendedor intensivo en diseño de Bogotá, sin embargo, también evidencia que hay una contradicción respecto al financiamiento privado ya que el 60% de las Organizaciones indican que este es el predominante en su gestión. Sin embargo, al profundizar en los tipos de financiamiento privado; es decir, bancos, particulares y empresas, se halla una incidencia baja. Esto último, se corrobora en las encuestas de los beneficiarios, pero se diferencian de las Organizaciones, ya que indican que sí hubo una incidencia mayor a través de inversores en sus emprendimientos. Por otro lado, el financiamiento público indicado por las Organizaciones tampoco corresponde del todo con el que indican los beneficiarios pues,

el local para la expansión, es uno de los que mayor incidencia tiene para los beneficiarios, no para las Organizaciones y, el nacional para la expansión, es indicado por estas como uno de los de mayor incidencia, pero no es así para los beneficiarios.

Condiciones sistémicas existentes en las políticas y regulaciones:

Respecto a las políticas y regulaciones que influyen en el sistema emprendedor intensivo en diseño, de Bogotá, se analizaron aquellas que inciden a nivel nacional, departamental y local. Además, también se tuvo en cuenta el conocimiento de las mismas en los beneficiarios. En primera instancia, a nivel nacional, las Organizaciones conocen diferentes leyes o políticas que inciden en la creación y expansión del emprendimiento en general y, algunas específicas al diseño. Estas son la Ley 1014 de 2006 “De fomento a la cultura del emprendimiento, Ley 2069 del 2020 “Por medio del cual se impulsa el Emprendimiento en Colombia” y Ley 2234 DEL 2022 “Por la cual se promueve la política del emprendimiento social” y, a nivel diseño, según las Organizaciones están las normas estipuladas por INVIMA; normas específicas para la validación de un producto o servicio según el área de diseño; Ley 1834 del 2017 “Fomento a la economía creativa Ley Naranja”; Ley 36 de 1984 “Ley del Artesano” y RUAC “Registro único de artesanos en Colombia”. A nivel local, se conocen las normativas estipuladas para el registro mercantil en la Cámara de Comercio de Bogotá y, otras políticas particulares a instituciones específicas como políticas de la Universidad Javeriana, políticas de CJE – ZM y normas estipuladas en cada programa externo a la Organización.

Hay casos particulares en los cuales las Organizaciones son partícipes de la creación de políticas públicas o leyes que inciden en los emprendimientos en diseño. Una de estas es UTADDEO - TL, que participó en la construcción de la política pública para el diseño 2020 – 2030, con el liderazgo de D.A. Restrepo y, así mismo, se desarrolló la publicación “Insumos para la construcción de una política pública desde el diseño sistémico”, la cual fue coeditada con el Ministerio de Cultura. La otra Organización es AC - LGSIC que también participó con el liderazgo de Samuel López y, la mayoría de miembros de esta misma, en el fomento de la Ley del Artesano y el RUAC “Registro único de Artesanos en Colombia”.

Según las encuestas, las regulaciones actuales para el emprendimiento en diseño, inciden y tiene incidencia total, a través de la regulación local y nacional, según 4 Organizaciones. Por otro lado, la regulación departamental no incide e incide muy poco, según 3 Organizaciones. Esto corresponde con los beneficiarios ya que para ellos también inciden predominantemente la regulación nacional, según 4 beneficiarios (SDE – FITIC) y 4 (UTADDEO – TL) y la regulación local, según 3 (SDE – FITIC), 3 (UTADDEO – TL) y 3 (AC

– LGSIC). En este sentido, la regulación departamental es la que menor incidencia tiene tanto para las Organizaciones como para los beneficiarios, según 4 (SDE – FITIC), 3 (UTADEO – TL) y 3 (AC – LGSIC). Por otro lado, es importante mencionar que los beneficiarios indican desconocer regulaciones para el emprendimiento en diseño, predominantemente, según 4 (SDE – FITIC); 4 (AC – LGSIC) y 1 de 2 respuestas (CJE – ZM).

Lo anterior, permite determinar que existen condiciones sistémicas respecto a las políticas y regulaciones para el emprendimiento en diseño, en Bogotá; sin embargo, hay una generalidad que se dirige al emprendimiento en sí y, en menor medida, hacia el diseño, como la Ley 1834 del 2017 “Fomento a la economía creativa Ley Naranja”; Ley 36 de 1984 “Ley del Artesano” y RUAC “Registro único de artesanos en Colombia”. Por otro lado, algunas Organizaciones han sido líderes en la creación de políticas públicas, logrando una participación determinante para el desarrollo del ecosistema UTADEO – TL y AC – LGSIC. Asimismo, las encuestas demuestran una correspondencia en la incidencia que tienen las regulaciones y políticas actuales para el emprendimiento en diseño, las cuales indican que hay una mayor incidencia en las políticas nacionales y locales, mientras que la departamental es la que menos incide. Finalmente, es importante mencionar que se identifica un desconocimiento al respecto de parte de los beneficiarios, por lo tanto, esto puede ser una oportunidad para implementar acciones que promuevan el conocimiento de las mismas en los emprendedores.

5.4 Problemáticas encontradas en las Organizaciones

Hay una problemática común para SDE - FITIC y UTADEO – TL, que tiene que ver con una percepción baja del valor que encuentran los empresarios sobre la formación en emprendimiento. Esto puede ser, según lo mencionado en las entrevistas, consecuencia del interés de los emprendedores por obtener recursos para el emprendimiento; lo cual conlleva a una pérdida de visión ante la urgencia de resolver temas económicos, específicamente durante la reactivación económica del año 2021 y 2022. También, se destaca en el sector público la existencia de instrumentos de innovación destinados a la formación de emprendedores; sin embargo, lo que realmente buscan es dinero para invertir en aspectos específicos de sus emprendimientos.

La deserción de los emprendedores en los programas respectivos, también es un fenómeno común tanto del sector público como privado. Por un lado, a través de la articulación (SDE - FITIC, UTADEO – TL) que, puede tener que ver con lo que se menciona anterior-

mente respecto al interés principal de los emprendedores en obtener recursos para sus emprendimientos, no tanto formación. Por otro lado, en UR – CE también se detecta una debilidad en la permanencia de los programas y de inclusión respecto al área, sector y estado del emprendimiento.

A nivel administrativo, se evidencian dificultades similares en dos Organizaciones de este estudio. Una es SDE - FITIC, ya que el tiempo que lleva la contratación interfiere en la implementación de todos los programas y, específicamente, en temas concretos que pueden ser de gran interés para los emprendedores. Por otro lado, CJE – ZM también evidencia un problema en cuanto la contratación ya que los tiempos que se necesitan para cada función no alcanzan para lograr todo lo que se proponen o factores importantes como el aumento de la visibilidad del programa Zumo Más.

También hay una dificultad que tiene que ver con la actualización de los planes de estudio y su implementación en la capacitación de los beneficiarios. Esta se evidencia en AC - LGSIC, ya que se detecta que es necesario diferenciar el producto artesanal, ante la demanda exigente y cambiante del mercado objetivo en Bogotá para lograr cumplir con las metas que se proponen desde lo misional y comercial.

5.4.1 Soluciones planteadas por las Organizaciones

Las Organizaciones de este estudio plantearon soluciones específicas que responden a los retos encontrados. Tres de estas; UTADEO – TL, UR – CE y AC - LGSIC, mencionan haber implementado eventos específicos y procesos de consultoría que generan dinamismo, capacitación y socialización de los emprendimientos. También, el hecho de dirigirse a los emprendedores directamente en las localidades de Bogotá, de parte de UTADEO – TL. Esto puede ser una estrategia funcional para la difusión de los programas con este enfoque que demuestra un interés en entender el contexto de los emprendedores.

Crear comunidad es un aspecto importante para lograr los retos con los que se enfrentan las Organizaciones. Esto se observa en la estrategia que implementó UR – CE, en la cual, la clave para mejorar su posicionamiento fue la voz a voz y, así, subir el índice de permanencia en los emprendedores. También, para el caso de CJE – ZM, negociar internamente y recurrir a sus redes sociales que incluyen personal con experiencia en emprendimiento. De esta manera, se prestan servicios para disminuir el gasto de presupuesto.

En el sector público, iniciando por SDE - FITIC, se evidencia una limitante en el alcance de las acciones que pueden implementarse en cuanto a problemas estructurales como el de la contratación pública, En ese sentido, las soluciones planteadas fueron creadas desde

la unificación de las líneas de los programas en temas de innovación y diseño, específicamente. Esta solución se relaciona con la implementada por AC - LGSIC que, destaca la importancia de la capacitación en innovación y diseño de producto hacia el sector artesanal, con foco en el valor agregado que puede aportar al sector, con base en el mercado objetivo de Bogotá.

6 Conclusiones/reflexiones finales

Conclusiones respecto a la incidencia de las DDE en el ecosistema de estudio:

Una vez realizada esta investigación, se determinó respecto a la incidencia de las dimensiones para el desarrollo emprendedor (DDE), que estas incidieron en diferentes niveles sobre el ecosistema emprendedor intensivo en diseño de Bogotá, siendo las dimensiones de mayor incidencia; sistema educativo, cultura y capital social. Por otro lado, las dimensiones de mediana incidencia fueron; estructura organizacional, condiciones de la demanda, financiamiento y, políticas y regulaciones. Finalmente, las dimensiones de menor incidencia fueron; condiciones socio económicas y plataforma CTI. Con lo cual, se debería considerar la implementación de estrategias que contribuyan a mejorar las iniciativas de las Organizaciones para el desarrollo de las DDE que tuvieron una mediana y baja incidencia en el contexto de estudio.

Respecto a las DDE de mayor incidencia, el sistema educativo tiene una participación, principalmente, a través de universidades y programas terciarios, según Anexo 1, Tabla 6, (CD1). Sin embargo, no existe formación al respecto dirigida a través de colegios, según Figura 2, lo cual es en una oportunidad para su desarrollo y generar una incidencia aún más alta al respecto, en el ecosistema de estudio. Respecto a la cultura, se destaca la visibilización y valoración de los emprendimientos a través de medios de comunicación u otras oportunidades por medio de eventos sociales, difusión de casos a través de los medios, emprendimiento como opción de carrera y ferias de emprendimiento, según (CD2) y Figura 8, 6 y 7. Asimismo, en el capital social, según CD6, existen condiciones que se caracterizan por lograr apoyos locales del sector privado en su mayoría y, a nivel nacional, sobresalen los públicos. También sobresale el fortalecimiento de las redes creadas en el ecosistema por las Organizaciones a nivel local, desde el sector privado y, a nivel nacional, desde el sector público. En este sentido, se destacan las que fueron creadas para apoyar el diseño de marca

o el registro de la misma, según C16P2 (SDE - FITIC) y C16P1 (UR – CE) y, para la transmisión de conocimiento a nivel local e internacional, principalmente desde el sector universitario, según C16P1 y C16P2 (CJE - ZM). Finalmente, con respecto a las redes, ferias u otras oportunidades, para los beneficiarios sobresalen a nivel local, las oportunidades gestionadas por el sector privado y, a nivel nacional, de gestión mixta. También se identifica una oportunidad en eventos como ruedas de negocio u otros.

Respecto a las DDE de mediana incidencia, con base en el Anexo 1, Tabla 6, (CD4), las Organizaciones se caracterizan por tener una estructura organizacional jerárquica con personal contratado de forma interna y, en algunos casos, de características mixtas y personal contratado de forma externa. A la vez, demuestra una relación que tiende a ser favorable entre la incidencia del equipo de trabajadores y la estructura empresarial de las Organizaciones, según Figura 20 y 21, sin embargo, hay casos que manifiestan problemáticas respecto a la contratación, según Tabla 5, C5P2 (SDE - FITIC) y C5P1 (CJE - ZM), ya que estas afectan los procesos y funciones gestionadas desde cada Organización. A la vez, la dimensión condiciones de la demanda está en crecimiento, ya que las encuestas indican que ha sido estable los últimos tres años en Bogotá, según el 60% de las Organizaciones y, creciente, según el 40% de las mismas, según Figura 24. Sin embargo, para los beneficiarios incide muy poco, en algunos casos, según Figura 23. Por lo tanto, esta DDE se convierte en un factor a indagar para encontrar soluciones que propicien el crecimiento de la demanda en el ecosistema de estudio. Por otro lado, en la dimensión financiamiento hay contradicciones, ya que predomina el privado según el 60% de las Organizaciones, según Figura 43. Sin embargo, hay una incoherencia respecto a los beneficiarios, ya que indican una mayor incidencia en este tipo de financiamiento a través de inversores, pero a la vez hay otros que predominantemente inciden muy poco o no inciden como particulares, bancos y empresas, según Figura 45, 46, 47 y 48. Además, el financiamiento público indicado por las Organizaciones tampoco corresponde con lo que indican los beneficiarios pues, solo coinciden en una alta incidencia del local para la creación y una baja incidencia en el nacional para la expansión, según Figura 49, 50, 51, 52 y 53. Por otro lado, con base en el Anexo 1, Tabla 6, (CD7), para las Organizaciones sobresale el financiamiento logrado por contrapartida en especie de gestión mixta, a través de recursos públicos y capital semilla, a través del sector privado; sin embargo, este último es el que tiene mayores limitaciones de acceso en temas de innovación y diseño, lo cual es la principal limitación socio económica para los emprendedores. Por lo tanto, se recomienda profundizar en todos los factores correspondientes a esta DDE, especialmente en aquellos en los que no hay coincidencia entre Organizaciones y beneficiarios para futuros

estudios e incluso para las mismas Organizaciones. Finalmente, en la dimensión políticas y regulaciones, según (CD8), se identifica una generalidad que se dirige al emprendimiento en sí y, en menor medida, hacia el diseño, como la Ley 1834 del 2017 “Fomento a la economía creativa Ley Naranja”; Ley 36 de 1984 “Ley del Artesano” y RUAC “Registro único de artesanos en Colombia”. Por otro lado, algunas Organizaciones han sido líderes en la creación de políticas públicas, logrando una participación determinante para el desarrollo del ecosistema UTADEO – TL y AC – LGSIC. Asimismo, las encuestas demuestran una correspondencia en la incidencia que tienen las regulaciones y políticas actuales para el emprendimiento en diseño, las cuales indican que hay una mayor incidencia en las políticas nacionales y locales, mientras que la departamental es la que menos incide. Finalmente, es importante mencionar que se identifica un desconocimiento al respecto de parte de los beneficiarios, según Figura 58, por lo tanto, esto puede ser una oportunidad para implementar acciones que promuevan el conocimiento de las mismas en los emprendedores.

Respecto a las DDE de baja incidencia, existen condiciones socio económicas para emprender en diseño, sin embargo, se identifican limitaciones que impiden el crecimiento, principalmente, a través de capital semilla con base en Anexo 1, Tabla 6, (CD3) y, en otros casos, el 60% de las Organizaciones indican un grado medio de deserción en los beneficiarios que está relacionado con la búsqueda de estabilidad laboral y falta de tiempo, representadas cada una según el 40% de las Organizaciones, según Figura 4 y 5, lo cual se corrobora a través de un mínimo número de casos en la deserción, desde la perspectiva de las Organizaciones, según Anexo 1, Tabla 6, C11P1 (CJE - ZM y UR - CE). Adicionalmente, los beneficiarios indican, respecto a su nivel socio económico en el desempeño de sus emprendimientos que tiene una incidencia total, incide bastante e incide, en su mayoría, según Figura 13. Con lo cual, esto se convierte en un aspecto a indagar para encontrar sus verdaderas causas y así mismo proponer soluciones que conlleven a una sostenibilidad de las ideas de negocio de los emprendedores y evitar la deserción en los programas de las Organizaciones de este estudio u aquellas que tengan proyectado iniciar otros programas en Bogotá. Finalmente, en la plataforma CTI de este ecosistema, se identifica una incidencia muy baja, ya que el 40% de las Organizaciones indica que no incide, según Figura 25 y, hay ambigüedad respecto a las posibles formas de vinculación que se realizan con la misma, según Anexo 1, Tabla 6, C14P1 (UTADEO - TL, AC - LGSIC y CJE – ZM). Sin embargo, se destaca una postura emergente de la investigación sobre emprendimiento en diseño, vinculada con esta Plataforma en dos de las Organizaciones (SDE - FITIC, UR - CE). También,

un esfuerzo por lograr nuevas alianzas que puedan fortalecer a nivel tecnológico en temas de conectividad (AC – LGSIC), según (CD5).

Conclusiones respecto al posicionamiento institucional de las Organizaciones:

Con respecto al posicionamiento institucional que plantea cada Organización, se verificó que cada una se diferencia respecto a la forma en que conciben el diseño y el emprendimiento. Además, este mismo corresponde en mayor medida con la percepción de los beneficiarios encuestados, sin embargo, se identifican algunos puntos a fortalecer para lograr una congruencia más cercana a la impronta que cada Organización plantea. Tal es el caso de SDE – FITIC que, se identifica como Fondo que apoya, acompaña y capacita a emprendedores de base tecnológica; sin embargo, desde su liderazgo se especifica que, para lograr diferenciarse aún más en el ecosistema, los recursos y servicios otorgados deben dirigirse al diseño de prototipos, el diseño en general y especialmente de marca, según Anexo 1, Tabla 4 C3P1 (SDE - FITIC). A la vez, el caso UTADDO - TL, se reconoce por ser la Universidad del diseño en Colombia y propiciar el pensamiento de diseño teniendo en cuenta variables como el mercado y la tecnología; sin embargo, debe fortalecer el concepto de diseño como herramienta para la transformación social pues, los beneficiarios no lo mencionaron y esta es una característica que se quiere destacar desde el liderazgo de la Organización, según C4P2 (UTADDO - TL). Asimismo, el caso AC – LGSIC, que se diferencia por sus servicios dirigidos al nuevo artesano que innova, crea, se posiciona en el mercado y adquiere recursos financieros para fortalecer su producción; también debe fortalecer la característica de transformación social de este actor a través de artes manuales, artísticas y arquitectónicas, según C4P1 (AC - LGSIC), ya que tampoco se menciona desde la perspectiva del grupo de beneficiarios. Por otro lado, el caso CJE – ZM, se reconoce, principalmente, por destacar el potencial javeriano a través de formación, aprendizaje y acompañamiento a emprendedores de las ICyC; sin embargo, la característica del servicio, la sostenibilidad y responsabilidad socio ambiental, según C4P2 (CJE - ZM), es un factor a fortalecer en el posicionamiento, ya que ninguno de los beneficiarios encuestados, precisaron al respecto. Finalmente, el caso UR – CE, desde su liderazgo, se proyecta como un lugar seguro para emprender y materializar ideas a través de talleres, mentores, networking, capital semilla, y diferentes recursos. Un hogar para los emprendedores que hacen parte de la comunidad rosarista, según C4P1 (UR - CE); sin embargo, no se obtuvieron los datos de los beneficiarios, por lo cual, no fue posible acceder a estos y llevar a cabo el análisis a totalidad, por lo cual, se recomienda tener en cuenta este punto para futuras investigaciones que precisen al respecto, especialmente para

esta Organización ya que podría indicar si la proyección que plantean, realmente se está comunicando de forma efectiva en sus beneficiarios y público objetivo.

Conclusiones respecto a las condiciones sistémicas para emprender en Bogotá, según el tiempo de estudio (año 2021 y 2022): Finalmente, este estudio permitió concluir que existieron condiciones sistémicas para el emprendimiento en diseño de Bogotá, durante el año 2021 y 2022, que caracterizaron de manera específica al contexto y resaltando que sobresalieron las DDE: sistema educativo, cultura y capital social, demostrando un fortalecimiento en el ecosistema, principalmente desde el sector universitario y, después el terciario; la visibilización y valoración de los emprendimientos a través de medios de comunicación u otras oportunidades; las redes creadas en el ecosistema por las Organizaciones y; finalmente, redes, ferias u otras oportunidades; estas dos últimas, gestionadas a nivel local y nacional desde el sector privado y mixto. Sin embargo, según las encuestas, se identificó que no hay formación sobre emprendimiento en diseño dirigida a través de colegios y, asimismo, hay un grado medio de deserción en los beneficiarios, indicado por el 60% de las Organizaciones, con lo cual, se recomienda a todos los agentes del ecosistema en estudio, indagar sobre estos factores para aprovechar las oportunidades escondidas que estos implican y que, a la vez, contribuyen al desarrollo del emprendimiento en diseño de Bogotá.

Por otro lado, las dimensiones estructura organizacional; condiciones de la demanda; financiamiento; políticas y regulaciones; demuestran un desarrollo en el ecosistema con algunas problemáticas que tienen que ver con las prácticas de contratación de las Organizaciones, la ambigüedad respecto a la demanda en diseño para los beneficiarios, la contradicción entre Organizaciones y beneficiarios respecto a los tipos de financiamiento logrados tanto públicos como privados y, finalmente, el desarrollo de políticas dirigidas a las ICyC sin ser específicas del diseño y el desconocimiento de las mismas de parte de los beneficiarios. Asimismo, es importante fortalecer con mayor relevancia la DDE condiciones socio económicas y plataforma CTI pues, son las que demuestran menor incidencia al respecto que, en primera instancia, se relacionan con el grado medio del 60% de deserción de los beneficiarios ante la búsqueda de estabilidad laboral y la falta de tiempo. Después, con la ambigüedad respecto a lo que implica la plataforma CTI dado el desconocimiento respecto a las posibles formas de vinculación que se realizaron con la misma en Bogotá y el país, desde cada Organización. Por lo tanto, se recomienda indagar sobre nuevos estudios que puedan profundizar sobre las políticas e iniciativas que tienen estas u otras Organizaciones, inclusive en otras ciudades de Colombia y el mundo, para el desarrollo de emprendimientos

en diseño. Asimismo, es importante que se generen acciones que permitan el desarrollo de las dimensiones que están poco fortalecidas, empezando desde las Organizaciones de este estudio, para que se facilite el acceso a capital semilla dirigido a la innovación u otros recursos que permitan el crecimiento de los emprendimientos del sector diseño, especialmente, aquellos que tengan buenas ideas pero que se encuentren con presupuesto limitado para llevarlas a cabo, lo cual podría disminuir la deserción en los programas desarrollados por las Organizaciones de este estudio u, otras. También, iniciativas que divulguen las oportunidades que conlleva la vinculación con la plataforma de ciencia, tecnología e innovación en el país y en Bogotá, no solo a través de las Universidades, también con potenciales alianzas entre el sector público y privado, generando un acceso diversificado a esta información tanto para las Organizaciones como para los beneficiarios y emprendedores del diseño pues, se verían beneficiados todos los actores involucrados.

Respecto a las problemáticas y soluciones planteadas por las Organizaciones: Según lo mencionado en las entrevistas, las Organizaciones detectaron una percepción baja del valor que encuentran los empresarios en formación para el emprendimiento, ante la urgencia de resolver temas económicos o conseguir dinero para invertir en sus emprendimientos (SDE – FITIC y UTADEO – TL). También, la deserción de los emprendedores en relación a lo mencionado (SDE – FITIC y UTADEO – TL), así como de inclusión al programa respecto al área, sector y estado del emprendimiento (UR – CE). Asimismo, problemas asociados a la contratación respecto al tiempo que esta lleva desde el sector público (SDE – FITIC) y, respecto a la escasez de personal frente a la cantidad de funciones que se desarrollan para alcanzar objetivos (CJE – ZM). Por último, se encontró la necesidad de actualizar los planes de estudio y la capacitación de los emprendedores frente a la urgencia de diferenciar los productos ante la demanda exigente y cambiante del mercado objetivo en Bogotá (AC – LGSIC). Bajo estas circunstancias, las Organizaciones decidieron realizar eventos y procesos de consultoría (UTADEO – TL, UR – CE y AC – LGSIC), también se demostró interés en conocer los contextos de los emprendedores (UTADEO – TL), lo cual puede ser una estrategia a tener en cuenta a la hora de realizar estos programas. Crear comunidad, fue una de las soluciones más impactantes ya que logró reducir costos y mejorar el posicionamiento del programa (CJE – ZM y UR – CE). Asimismo, frente a las limitaciones en cuanto a la contratación pública, funcionó unificar las líneas de los programas en innovación y diseño (SDE – FITIC), lo cual se relaciona con la actualización de los contenidos y capacitación de emprendedores al respecto, debido a la demanda del mercado (AC – LGSIC). Algo más por mencionar, si bien las Organizaciones recurrieron a las soluciones

mencionadas, las cuales fueron efectivas y es importante continuarlas, también hay que tener en cuenta que algunas no solucionan los problemas estructurales que se salen del control de las mismas. Por lo tanto, es importante visibilizar aquellas limitantes que están afectando el ecosistema y crear procesos que se articulen, dialoguen y diseñen con las instancias u actores pertinentes para lograr la sostenibilidad de los programas en cada Organización.

7 Referencias bibliográficas

- Abello I., Bayardo, R., Puig, T., Teixeira, J., y Bonet, L. (2008). Cultura, ciudad y desarrollo en un mundo globalizado. En L. Bonet. (Ed.), *Tensiones. Selección de conferencias del programa de formación en gestión cultural* (p. 149-171). Córdoba, Argentina: Ediciones del Centro Cultural de España.
- Arfuch, L., Chaves, N., y Ledesma, M. (1997). El diseño en la trama de la cultura: desafíos contemporáneos. En L. Arfuch. (Ed.), *Diseño y comunicación: teorías y enfoques críticos* (p. 137-207). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Arfuch, L., Chaves, N., y Ledesma, M. (1997). La heterogeneidad de los modelos de producción gráfica. En N. Chaves. (Ed.), *Diseño y comunicación: teorías y enfoques críticos* (p. 100-136). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Arfuch, L., Chaves, N., y Ledesma, M. (1997). La heterogeneidad de los modelos de producción gráfica. En N. Chaves. (Ed.), *Diseño y comunicación: teorías y enfoques críticos* (p. 100-136). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Becerra, P., y Cervini, A. (2005). *En torno al producto Diseño estratégico e innovación pyme en la Ciudad de Buenos Aires*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Instituto Metropolitano de Diseño e Innovación.
- Clavijo, S. (2020). Frustración Social y Restricción Presupuestal: Repensando la agenda pública en Pos-Pandemia. *Documento CEDE*. No. 39. SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3706151>
- Getino, O. ((3, 4 y 5 de mayo del 2001.) *Aproximación a un estudio de las Industrias Culturales en el Mercosur (Incidencia económica, social y cultural para la integración regional)*. OEI. Recuperado de <https://www.oei.es/historico/cultura2/getino.htm>
- Hernández, C.R., Fernández, C., Baptista, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.

- Howkins, J. (2005). *El motor de la creatividad en la economía creativa: entrevista a John Howkins*. OMPI. Recuperado de https://www.wipo.int/sme/es/documents/cr_interview_howkins.html
- Jones, P. H., & van Ael, K. (2022). *Design journeys through complex systems: practice tools for systemic design*. Amsterdam: Bis Publishers.
- Kantis, H. (2009). Introducción. En N. Otzuka. (Ed.), *Emprendimiento Corporativo en América Latina* (pp. 01-04). New York, Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kantis, H., Angelelli, P., y Moori, V. (2004). Nacimiento y desarrollo de empresas dinámicas en áreas locales y metropolitanas. En H. Kantis (Ed.), *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional* (pp. 75-91). Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kantis, H., Federico, J., & Menéndez, C. (2012). Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en América Latina: tendencias y desafíos. CAF Documento de trabajo, 2012/09, Caracas: CAF. Recuperado de <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/239>
- Kantis, H., y Drukaroff, S. (2007). *Nuevas empresas y emprendedores de moda en Buenos Aires: ¿hacia un cluster de diseño?* Provincia de Buenos Aires, Argentina: Univ. Nacional de General Sarmiento.
- Ledesma, M. (2010). *El diseño gráfico, una voz pública.: de la comunicación visual en la era del individualismo*. Buenos Aires, Argentina: Wolkowicz Editores.
- Matallana Rodríguez, J. N. (2022). *Análisis sobre la competitividad del clúster textil prendas de vestir en Bogotá, localidad Puente Aranda: evidencia de los efectos de la pandemia covid 19*. [Tesis de Maestría, Universidad de América]. Repositorio Institucional – Universidad de América.
- Quintero, L. (Productor). (18 de noviembre del 2019). *Laura Patron y Verónica Sordelli. El ecosistema emprendedor en diseño* [Audio podcast]. Recuperado de <https://soundcloud.com/du-salva/laura-patron-y-veronica-sordelli-el-ecosistema-emprendedor-en-diseno>
- Restrepo, D et al., (2020). *Insumos para la Construcción de una Política Pública desde el Diseño Sistémico - Informe Final, Cultura Crea: Encuentros para pensar el presente y futuro del ecosistema cultural y creativo*. 10.13140/RG.2.2.21407.18085.

Sen, A. y Kliksberg, B. (2007). *Primero la gente. Una mirada desde la ética del desarrollo a los principales problemas del mundo globalizado*. Barcelona, España: Deusto.

Yúdice, G (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura global*. Barcelona, España: Gedisa.

Yúdice, G (2005). Cultura y desarrollo: análisis y consecuencias. En el *Seminario “La cultura como factor de desarrollo”*. Seminario llevado a cabo en la Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile.

Recursos web

Artesanías de Colombia. (4 de febrero del 2014). *Cincuenta años apoyando las artesanías colombianas*. Recuperado de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/50-anos-apoyando-las-artesantias-colombianas_4901

Artesanías de Colombia. (s.f.). *Laboratorio de innovación y diseño - Bogotá*. Recuperado de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/laboratorio-de-innovacion-y-diseno---bogota_8934

Canal Universidad Jorge Tadeo Lozano. (17 de febrero de 2022). *Diseño Bogotá* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=22IGY2AOzv8>

Convenio Andrés Bello. (2009). "Cuenta Satélite de Cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica". https://convenioandresbello.org/wp-content/uploads/2019/05/Cuentas_Satelites_Cultura_Latinoamerica.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023). *Boletín técnico: Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB)*. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/CSECCB/bol-CSECCB-2022pr.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023). *Metodología General Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá*. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/cuentas-nacionales/DSO-CSECCB-MET-001-V2.pdf>

Fondo de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas. (s.f.). *Qué ha hecho el Fitic*. Recuperado de: <https://desarrolloeconomico.gov.co/micrositios/fitic/>

Invest in Bogotá. (26 de junio del 2020). *Bogotá, segundo ecosistema de emprendimiento más importante de América Latina*. Recuperado de <https://es.investinbogota.org/noticias/bogota-ecosistema-emprendimiento>

Naciones Unidas. (s.f.) *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Nueva York, USA: ONU. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2018) *Repensar las políticas culturales: creatividad para el desarrollo*. <https://es.unesco.org/creativity/global-report-2018>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1982). *Declaración de México sobre las políticas culturales*. Recuperado de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000052505_spa
- Pontificia Universidad Javeriana. (s.f.). *Programa de incubación Zumo Más Industrias Creativas y Culturales*. Recuperado de: <https://www.javeriana.edu.co/innovacion-emprendimiento/zumo>
- Prodem Ungs (2014, noviembre 18). ICSEd-Prodem. "A la caza del ecosistema": un corto imperdible con Kauffman, FOMIN y Prodem. [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=5-YJy8JqvZQ&t=290s>
- Prodem Ungs (2021, junio 8). Prodem en LATAM2050: "Innovación y emprendimiento en Latinoamérica" [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=C1JygCIy_Ts
- Prodem. (s.f.). Anexo Metodológico. <https://prodem.ungs.edu.ar/wp-content/uploads/2018/02/ANEXO-METODOLOGICO.pdf>
- Prodem. (s.f.). *Emprendimiento dinámico*. Recuperado de: <https://prodem.ungs.edu.ar/en/icsed-en/dynamic-entrepreneurship/>
- Prodem. (s.f.). *Enfoque sistémico*. Recuperado de: <https://prodem.ungs.edu.ar/en/icsed-en/systemic-approach/>
- Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. (6 de noviembre de 2020). # *LosLABS: Bienvenidos a Tadeo Lab, el lugar donde las buenas ideas se hacen realidad*. <https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/home/1/loslabs-bienvenidos-tadeo-lab-el-lugar-donde-las-buenas-ideas-se-hacen-realidad>
- Universidad del Rosario. (s.f.). *UR Emprende*. Recuperado de: <https://urosario.edu.co/centro-de-emprendimiento>

Normativa

- Ley 1834 de 2017, por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja El Congreso de Colombia, 23 de mayo de 2017. D.O. No. 50242.) <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30030647>

8 Anexos

8.1 Anexo 1. Entrevistas a Organizaciones

Tabla 4

Análisis de Entrevista a Líderes de las Organizaciones. Posicionamiento Institucional

Preguntas a la Organización	Organizaciones				
	Secretaría Distrital de Desarrollo Económico - Fondo Cuenta Distrital de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas (SDE - FITIC)	Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano – Tadeo Lab (UTADEO - TL)	Universidad del Rosario – Centro de Emprendimiento (UR - CE)	Artesanías de Colombia (AC - LGSIC)	Centro Javeriano de Emprendimiento – Zumo Más (CJE - ZM)
	<i>Dirección de competitividad: Diego Javier Rivera Rodríguez</i>	<i>Jefatura Tadeo Lab: D.A. Restrepo Quevedo</i>	<i>Líder de la Incubadora: Juan Sebastián Chávez</i>	<i>Líder del componente de diseño: Samuel Leonardo López Rojas</i>	<i>Líder del programa de incubación Zumo Más: Julián Ballesteros</i>
C1 ¿Cuál es el origen, la misión y visión de la	C1P1 (SDE - FITIC) Es creado en el año 2016, se consolida el decreto en	C1P1 (UTADEO - TL) Por ser una institución	C1P1 (UR - CE) El CE, inició siendo parte de la Es-	C1P1 (AC - LGSIC) El proyecto nació como Laborato-	C1P1 (CJE - ZM) El CJE se creó en octubre de 2018 y en

<p>Organización?</p>	<p>el 2018 y a partir del 2019 empiezan algunos proyectos. Para el año 2020, en pandemia, se inicia un programa para el fortalecimiento de emprendedores de la moda y el diseño, en Bogotá.</p> <p>C1P2 (SDE - FITIC)</p> <p>Se caracteriza por el apoyo a la innovación, tecnologías e industrias creativas, siendo su público objetivo empresas formaliza-</p>	<p>universitaria, se distingue por la formación de alta calidad que brinda a estudiantes y otros sectores de la sociedad a través de diferentes áreas del conocimiento, entre las que se destaca la Facultad de Artes y Diseño por ser la más grande en la Universidad y una de las más reconocidas en el país.</p> <p>C1P2 (UTADEO - TL)</p> <p>Para el caso concreto del</p>	<p>cuela de Administración de la Universidad del Rosario. Actualmente, depende directamente de rectoría y es transversal a todos los programas académicos.</p> <p>C1P2 (UR - CE)</p> <p>La misión de este Centro, tiene que ver con el apoyo y la potencialización al capital emprendedor de la comunidad rosarista, donde se concibe al emprendimiento</p>	<p>rios de Innovación y Diseño. Pero, con la perspectiva del actual gobierno cambió a Laboratorios de Gestión Social, Innovación y Creatividad.</p> <p>C1P2 (AC - LGSIC)</p> <p>La misión principal de AC, es fortalecer el sector artesanal desde los diferentes procesos interdisciplinarios a toda la cadena de valor y productiva. Es decir, a partir de los</p>	<p>2019 se lanzó Zumo Más.</p> <p>C1P2 (CJE - ZM)</p> <p>A través de la gestión en el CJE, se identificó que hacía falta un programa de incubación como Zumo Más, ya que solo había uno de pre incubación llamado Javeriana Territorio Emprendedor.</p> <p>C1P3 (CJE - ZM)</p> <p>Zumo Más es un programa de incubación dirigido hacia las industrias culturales y creativas. Esto, con base en la trayectoria</p>
----------------------	--	--	---	--	--

	<p>das en Bogotá a través del otorgamiento de recursos que estas puedan usar para el desarrollo de sus emprendimientos.</p> <p>C1P3 (SDE - FITIC)</p> <p>Puntualmente, para el programa Designtech, realizado en el año 2022, su objetivo buscaba apoyos en validación, prototipado y diseño para empresas con enfoque tecnológico. Es importante mencionar que,</p>	<p>programa Diseño Bogotá, realizado en el año 2021, se focalizó en la asesoría y el acompañamiento a empresarios para el desarrollo de un prototipo que pudiera ser implementado en la sociedad. Es importante destacar que esta iniciativa fue realizada articuladamente con FITIC, lo cual evidencia la complementariedad entre las misiones respectivas.</p>	<p>como una herramienta, más que como un fin. Es decir que este puede funcionar tanto para la empleabilidad, como para la cocreación de soluciones innovadoras a nivel institucional, público o privado.</p> <p>C1P3 (UR - CE)</p> <p>Siendo así, el CE trabaja a través de cinco aristas: ED school, Maker Lab, El Arte de Empezar y la Incubadora; las cuales se articulan</p>	<p>puntos negativos detectados en una artesano o taller particular, se interviene para fortalecerlo a través de soluciones que transitan desde el diseño industrial, hasta la antropología, sociología, psicología, administración y el equipo comercial de la Organización.</p> <p>C1P3 (AC - LGSIC)</p> <p>Es importante mencionar que, al ser una</p>	<p>ria de la Universidad Javeriana en temas de formación y en áreas como las artes escénicas, plásticas, musicales, etc, en Colombia. Lo cual, conlleva a decidir explorar ese potencial en la Universidad.</p> <p>C1P4 (CJE – ZM)</p> <p>En ese momento, el gobierno estaba haciendo una apuesta importante por la economía naranja que, reúne todos los sectores culturales, artísticos y creativos; habiendo creado ya el</p>
--	--	--	--	--	--

	<p>al ser una Organización pública que hace parte de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, los programas realizados por esta dependen en gran parte de la voluntad del gobierno de paso.</p>		<p>como componentes académicos, pedagógicos, de materialización, fortalecimiento y aceleración de negocios que; pueden estar atravesados por el pensamiento del diseño, el arte y la creación.</p>	<p>Organización mixta que hace parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT); hay cambios que se desarrollan según el gobierno de paso. Para este caso, los Laboratorios que originalmente se nombraron como Innovación y Diseño, desde el gobierno actual los sustituyeron por Gestión social, Innovación y Creatividad.</p>	<p>CJE que, fue el resultado de un montón de esfuerzos, se lanzó ZM porque sabían que iban a estar apoyados por la Universidad.</p>
--	---	--	--	--	---

				Sin embargo, esto es algo nominal ya que, desde lo misional, continúan con el mismo eje de trabajo.	
C2 ¿Cuánto tiempo de antigüedad tienen en la gestión del emprendimiento en diseño?	C2P1 (SDE - FITIC) Seis años, aproximadamente. Es creado en el año 2016, se consolida por decreto en el 2018 y comienza a realizar programas a partir del 2019.	C2P1 (UTADEO - TL) Veinte años, aproximadamente, haciendo procesos de consultoría. Con el sector público, seis años, de tal manera que se potencien las capacidades internas y de conocimiento en la Universidad para llevar-	C2P1 (UR - CE) Doce años y es transversal a todos los programas académicos, de tal manera que también se dirige a la Facultad de Creación (FACREA).	C2P1 (AC - LGSIC) Más de veinte años en diseño y a partir del año 2017 se empezó a fortalecer mucho más. AC existe hace 57 años pero la artesanía desde la perspectiva del diseño era poco valorada, entonces se empezó a trabajar una	C2P1 (CJE - ZM) Zumó Más se lanzó en el año 2019, con lo cual, llevan cinco años en la gestión de este programa de incubación que, también lo integra el diseño en todas sus disciplinas; sin embargo, está dirigido a todas las industrias culturales y creativas.

		las al mercado y sector productivo de una manera más concreta.		estética de lujo, protagónica y donde se contara una historia.	
C3 ¿Cuáles son los servicios que los diferencian de otros programas con enfoque en diseño?	C3P1 (SDE - FITIC) FITIC, menciona tener un diferencial bajo en los servicios que ofrece ya que, según ArCo (Metodología de Articulación para la Competitividad), las entidades públicas suelen ofrecer lo mismo entre todas; capacitación, insumos y	C3P1 (UTADEO - TL) Tiene un diferencial contundente ya que consolida al diseño como una herramienta de transformación social. Es decir que va más allá de la elaboración de productos y servicios, por lo tanto, la formación y el acompañamiento que presta a	C3P1 (UR - CE) Se diferencia en el componente metodológico que usa una infraestructura física, recursos, conocimiento y laboratorios de la Universidad a disposición de los emprendedores. Entre estos: El Arte de Empezar, que aplica metodologías del	C3P1 (AC - LGSIC) Se diferencia por el acompañamiento objetivo durante todo el proceso de transición por el que atraviesa un artesano hacia el emprendimiento. También, es importante destacar que los Laboratorios de Gestión Social, Innovación y Creatividad,	C3P1 (CJE - ZM) El enfoque de ZM se dirige a todas las industrias culturales y creativas, con lo cual, el diseño no es la única área que participa en el programa. Es importante destacar el contenido que tienen los emprendimientos de ZM como valor agregado. El gran diferencial, es que conocen muy bien a las personas que

	<p>recursos. Sin embargo, se resalta que es importante potenciar como diferencial el desarrollo de instrumentos que brinden específicamente recursos directos tanto para prototipar como para el diseño en general y, específicamente de marca; ya que suelen ser aspectos poco atendidos por los emprendedores porque, se enfocan en el detalle.</p>	<p>los emprendedores se fundamenta desde esa posición. Además, tiene en cuenta aspectos desde el mercado, lo disciplinar del diseño y la tecnología para brindar el mejor servicio a los emprendedores.</p>	<p>arte y el diseño aplicadas al emprendimiento; los laboratorios de materialización de productos y el pensamiento de diseño como herramienta para resolver a retos en la sociedad tanto a nivel interno y externo como público y privado.</p>	<p>se especializan en Hogar y decoración. Es decir que los artesanos que se acompañan desde este lugar, diseñan productos con este enfoque en su funcionalidad y desde lo artesanal.</p>	<p>han trabajado con arte y creatividad.</p> <p>C3P2 (CJE - ZM)</p> <p>La diferencia es que ZM va más allá del valor económico de un emprendimiento. También incluye dentro del valor que se crea, se entrega y se captura; el valor simbólico.</p> <p>C3P3 (CJE - ZM)</p> <p>Esto conlleva a pensar fuera del estereotipo de modelos de negocio de crecimiento exponencial, replicables y unicornios.</p>
--	---	---	--	--	--

					<p>Sin embargo, al hablar de emprendimiento se deja claro a los emprendedores del programa que van a hacer un negocio, a generar ingresos. Que no se hace solo por el placer, el arte o el amor.</p> <p>C3P4 (CJE - ZM)</p> <p>Entonces, desde el punto de vista del diseño hay tres valores; el valor funcional, el de intercambio y el tercer valor es el simbólico.</p>
C4 ¿Cuál es la proyección que transmi-	C4P1 (SDE - FITIC) En cuestiones de proyección	C4P1 (UTADEO - TL) Deja claro que una de	C4P1 (UR - CE) Se proyecta como un lugar seguro	C4P1 (AC - LGSIC) Desde la perspectiva del gobierno	C4P1 (CJE - ZM) Se dirige, especialmente, a estudiantes,

<p>ten como Organización a los emprendedores en diseño?</p>	<p>institucional, considera que es relativo y que depende del operador con el que se realice el contrato. En este caso, la UTADDEO fue la encargada del desarrollo de la imagen del programa y de buscar a los empresarios. Una vez está desarrollada la comunicación, esta se difunde por los medios digitales de los Organismos. En ese sentido, no hay una proyección</p>	<p>las impronunciables principales proyectadas a los emprendedores, es la de estar vinculados con la Universidad del diseño, en Colombia. Además, por su trayectoria e historia, es una de las mejores instituciones del país en esta área.</p> <p>C4P2 (UTADDEO - TL)</p> <p>También, desde la perspectiva del liderazgo del programa, el hecho de to-</p>	<p>para emprender y materializar ideas, a través de un sistema creado específicamente para eso y que incluye: talleres, mentores, networking, capital semilla, diferentes recursos.</p> <p>C4P2 (UR - CE)</p> <p>Un lugar en el que se aprende, se cometen errores y se acompaña en todo el proceso. En síntesis, un hogar para los emprendedores que hacen parte</p>	<p>actual, tiene como objetivo destacar el carácter del nuevo artesano. Es decir, que además de artesanías, también se venden artes manuales, artísticas y arquitectónicas que tienen un carácter de transformación social a partir de lo artesanal. En este sentido, pretenden llegar a nuevos artesanos que se proyecten a nivel de grandes maestros que son independientes, van a</p>	<p>egresados y profesores de la Universidad Javeriana. Con lo cual, hay un esfuerzo por diferenciar el potencial javeriano emprendedor.</p> <p>C4P2 (CJE - ZM)</p> <p>Es importante para CJE - ZM destacar que son de la Universidad Javeriana y que no es una institución que está pensando en que los emprendimientos se conviertan en unicornios. Sí es relevante que los emprendedores sean personas conscientes y</p>
---	--	---	---	--	--

	<p>definida, más allá de la que se plantea desde lo público como fondo distri- tal dirigido a la innova- ción, tecno- logía e industrias creativas y, depende del programa u operador con quien se realice la convocato- ria.</p>	<p>mar al di- seño como una herra- mienta de transforma- ción social que, permea cualquier di- mensión del emprendi- miento; desde modi- ficar el mo- delo de negocio hasta cons- truir un nuevo pro- totipo de un producto o servicios. Es una manera integral de ver al di- seño.</p>	<p>de la comu- nidad rosa- rista.</p>	<p>ferias y tie- nen un mer- cado internacio- nal para for- talecerlos como em- prendedo- res.</p>	<p>utilicen el em- prendimiento como alterna- tiva para bus- car soluciones a problemas que existen. En ese sen- tido, se des- taca el tema del servicio, la sostenibili- dad y respon- sabilidad socio ambien- tal.</p>
<p>Conclusio- nes</p>	<p>CP1</p> <p>Origen, misión y visión de las Organizaciones:</p> <p>Se diferencia la misión de cada Organización a través del otorga- miento de recursos (SDE – FITIC) y, en la formación y acompañamiento a emprendedores del sector del diseño y, las Industrias culturales y creati- vas (UTADEO – TL, UR – CE, AC – LGSIC, CJE – ZM). Se destaca el trabajo articulado entre el sector público y privado para la implementación</p>				

	<p>de proyectos relacionados al emprendimiento en diseño (SDE- FITIC, UTADDEO – TL). Se identifica una incidencia de la política de estado en organizaciones públicas para la implementación de los proyectos respectivos o cambios en lo nominal (SDE – FITIC, AC) y, privadas, específicamente con la política de economía naranja (UTADDEO – TL, CJE – ZM).</p> <p>Servicios que las diferencian de otros programas en emprendimiento en diseño:</p> <p>Se destaca el diferencial de incentivar la búsqueda de soluciones a retos en la sociedad desde el emprendimiento y el diseño a través de los servicios que las Organizaciones ofrecen y, a la vez, se marca una posición institucional particular al respecto, principalmente desde el sector privado de universidades (UTADDEO – TL, UR – CE, CJE – ZM). Se detecta la necesidad de diferenciar los servicios e instrumentos del sector público en cuanto emprendimiento en diseño y fortalecer el otorgamiento de recursos para el diseño de prototipos y marca en los emprendedores. (SDE – FITIC)</p> <p>Proyección que transmiten a los emprendedores en diseño:</p> <p>Sobresale un esfuerzo por proyectar un carácter de transformación social a partir del diseño, potenciado a través del emprendimiento (UTADDEO – TL, AC). También, la consciencia y responsabilidad socio ambiental incentivada en los emprendedores (CJE – ZM). Se identifica la importancia de concebir el emprendimiento y diseño como herramientas útiles para resolver problemas o retos en la sociedad, lo cual es una impronta en común desde el sector privado y universitario (UTADDEO – TL, UR – CE, CJE – ZM). Se manifiesta una intención de generar una impronta desde la comunicación interna y lo institucional, de tal manera que se pueda crear comunidad (UR – CE, CJE – ZM). Se identifica una complementariedad a través de los convenios realizados entre el sector público y privado para lograr una proyección institucional, principalmente, a través de los programas Diseño Bogotá (SDE – FITIC, UTADDEO – TL).</p>
--	--

Tabla 5

Análisis de Entrevista a Líderes de las Organizaciones. Problemáticas

	Organizaciones
--	-----------------------

Preguntas a la Organización	(SDE - FITIC) <i>Dirección de competitividad: Diego Javier Rivera Rodríguez</i>	(UTADEO - TL) <i>Jefatura Ta-deo Lab: D.A. Restrepo Quevedo</i>	(UR - CE) <i>Líder de la Incubadora: Juan Sebastián Chávez</i>	(AC - LGSIC) <i>Líder de diseño: Samuel Leonardo López Rojas</i>	(CJE-ZM) <i>Líder del programa de incubación Zumo Más: Julián Ballesteros</i>
C5 ¿Con qué problemáticas en la gestión se encontró la Organización, durante el año 2021 y 2022?	C5P1 (SDE - FITIC) Uno de los problemas detectados por FITIC, es que las empresas no quieren mucha formación y la mayoría de instrumentos de innovación en Colombia se centran en este aspecto. Esto conlleva a que las empresas	C5P1 (UTADEO - TL) Una de las problemáticas en el desarrollo de Diseño Bogotá, es que se percibe de parte de los empresarios, una desvalorización por la formación que pueden tener en temas particulares de emprendimiento y, esto puede tener que ver	C5P1 (UR - CE) El primer problema, es la permanencia en el programa ya que, al ser largo y dividido por fases, los índices de permanencia son bajos; alrededor del 15 % en el 2022. C5P2 (UR - CE) El segundo, es la	C5P1 (AC - LGSIC) En Bogotá, al ser la gran mayoría artesanos individuales, el arquetipo del producto es repetitivo y, los potenciales clientes buscan el valor diferencial del producto. Entonces, no se está llegando al mercado objetivo.	C5P1 (CJE - ZM) Hace muchas cosas y son pocas personas quienes lo integran. Esto conlleva a que se gestione rápidamente, lo cual, ha sido una dificultad para, por ejemplo, darle una mejor visibilidad al programa

	<p>no se acercan o desertan en el proceso. Estas lo que realmente buscan es dinero para probar, pilotear, validar o certificar. En síntesis, buscan recursos para mejorar el negocio.</p> <p>C5P2 (SDE - FITIC)</p> <p>Otro problema es la contratación pública ya que genera demoras y complicaciones. Además, las empresas que se pueden atender deben estar</p>	<p>con el hecho de que sea gratis la vinculación con el programa. Entonces, la deserción es muy alta.</p> <p>C5P2 (UTADEO - TL)</p> <p>La segunda problemática, tiene que ver con que entre el año 2021 y 2022 fue la reactivación económica del planeta, con lo cual, la prioridad era hacer que las empresas sean productivas económicamente. Entonces, la prioridad de</p>	<p>inclusión en torno a áreas, sectores y estadios de los emprendimientos.</p>	<p>C5P2 (AC - LGSIC) El mercado de Bogotá cambia aceleradamente, entonces la mayor debilidad del emprendimiento artesanal es la similitud en los talleres de trabajo y, finalmente, se convierte en una competencia por precios.</p>	<p>ZM ya que no se ha tenido el tiempo suficiente.</p> <p>C5P2 (CJE - ZM) Otra problemática es que los recursos económicos son limitados. Esta Organización funciona como una unidad de la Vice-rectoría de Investigación y le asignan un presupuesto que tiene que ejecutar. Sin embargo, este es limitado para contratar personal ya que no se tiene tanto</p>
--	--	---	--	--	--

	<p>formaliza- das ante la Cámara de Comercio con un año, mínimo, de vigencia.</p> <p>C5P3 (SDE - FITIC)</p> <p>Respecto al programa Designtech, este debe te- ner un año de vigencia, entonces, debido al tiempo que lleva la con- tratación, nunca dura más de 8 meses. Esto es un tiempo corto de in- tervención que impide llegar a te- mas concre- tos.</p> <p>Además, no</p>	<p>los empresa- rios estaba en este fac- tor. Un ín- dice que puede evi- denciar esto, es que se inició con seiscientos empresarios y se terminó con setenta, con lo cual, hubo esce- narios abier- tos que pudieron aprovechar para hacer negocios y no lo hicie- ron.</p> <p>C5P3 (UTADEO - TL)</p> <p>El tercer problema es que, con base en lo anterior, al-</p>			<p>como una Facultad.</p>
--	---	--	--	--	-------------------------------

	<p>hay un segundo nivel del programa en el que se puedan abarcar.</p>	<p>gunos empresarios pierden la visión por resolver lo inmediato. Entonces se focalizan solo en este programa, cuando pueden abrirse hacia el escenario global y conseguir recursos de distinta índole para potenciar sus emprendimientos de una manera más interesante.</p>			
<p>C6 ¿Qué soluciones plantearon y fueron efectivas?</p>	<p>C6P1 (SDE - FITIC) No se han ejecutado soluciones porque no</p>	<p>C6P1 (UTADEO - TL) Aplica distintas estrategias para cumplir</p>	<p>C6P1 (UR - CE) Para garantizar la permanencia se hizo un seguimiento más</p>	<p>C6P1 (AC - LGSIC) Son pocos los trabajadores en Bogotá para la can-</p>	<p>C6P1 (CJE - ZM) Negocia con las personas, recurre a sus redes y</p>

	<p>tienen margen. Es decir, los problemas son estructurales ya que la contratación distrital y los decretos no se pueden cambiar desde FITIC. Sin embargo, con base en esta situación, se crearon programas muy específicos que están alineados. Ocho programas con Universidades en temas de innovación y, uno particular, en temas de diseño con UTADEO.</p>	<p>con las metas que se comprometen. Se realizan consultorías, procesos de asesoría y se busca a los empresarios directamente en las distintas localidades. Esto garantiza una fluidez alta en cuanto al desarrollo de actividades que permite trabajar de forma dinámica a los emprendedores y al equipo de la Organización.</p>	<p>juicioso a los emprendedores y se empezó a crear comunidad. Es importante para UR – CE, que los emprendedores se sientan parte y, que el voz a voz sea el principal motivador que funcione para posicionarse dentro de la Organización. C6P2 (UR - CE) También se diseñó un sistema lo suficientemente incluyente en torno a</p>	<p>tividad de artesanos inscritos. Entonces, por lo general, se dividen en todas las áreas; Joyería, Moda, arte, Hogar y decoración. C6P2 (AC - LGSIC) Se han planteado estructuras para llegar con ejercicios prácticos, capacitaciones y talleres. También se realizan charlas donde se habla del valor agregado que le pueden dar al</p>	<p>a sus círculos sociales. Algo importante para esta Organización; es que los mentores, talleristas, asesores y profesores tengan experiencia como emprendedores porque, por un lado, pueden prestar un mejor servicio ya que entienden las frustraciones que lleva no tener clientes o no poder vender. Y, por otro lado, es funcional ya que internamente se</p>
--	--	---	---	---	---

			<p>áreas, sectores, y estados de los emprendimientos. De esta manera, el resultado fue la creación de un programa que tiene muy bien segmentada cada una de esas fases y que responden a un estado específico del emprendimiento.</p>	<p>producto, cómo pueden innovar a través de la técnica y la materia prima.</p>	<p>prestan servicios entre todos. De esta manera, se reduce el gasto del presupuesto.</p>
Conclusiones	<p>(CP2)</p> <p>La deserción de los emprendedores en los programas respectivos, es un fenómeno común tanto del sector público como privado que, puede tener que ver con un interés principal en obtener recursos para sus emprendimientos, no tanto formación (SDE – FITIC, UTADEO – TL). Por otro lado, también se relaciona con una debilidad en la permanencia de los programas y de inclusión respecto al área, sector y estado del emprendimiento (UR – CE).</p> <p>Se identifica una percepción baja del valor que encuentran los beneficiarios en formación para el emprendimiento, ante la urgencia de resolver temas económicos (UTADEO – TL). También, ante la variedad</p>				

	<p>de instrumentos de innovación para la formación, destinados a emprendedores, cuando lo que buscan es dinero para invertir en asuntos específicos de sus emprendimientos que, en su mayoría están relacionados con temas de diseño (SDE – FITIC).</p> <p>La contratación de personal, es una dificultad en las Organizaciones desde experiencias muy distintas. Por un lado, es demorada e interfiere en temas concretos de interés para los emprendedores (SED – FITIC) y, por otro lado, es limitada ya que los tiempos asignados para cada puesto con sus respectivas funciones no alcanzan para realizar los objetivos que se proponen, como la visibilidad del programa ZM (CJE – ZM).</p> <p>Las Organizaciones plantearon diferentes soluciones para las problemáticas mencionadas, entre estas: se implementaron eventos específicos y procesos de consultoría para generar dinamismo, capacitación y socialización de los emprendimientos (UTADEO – TL, UR – CE y AC); Se incentivó la creación de comunidad y la negociación interna aprovechando el talento humano de las Organizaciones (UR CE – CJE ZM) y; se desarrollaron estrategias pedagógicas desde la innovación y el diseño para mejorar la gestión de los programas (SDE – FITIC) y el desarrollo de productos artesanales competitivos en el mercado de Bogotá (AC - LGSIC).</p>
--	---

Tabla 6

Análisis de Entrevista a líderes de las Organizaciones. Dimensiones del Desarrollo Emprendedor

Di- men- siones del Desa- rrollo	Pre- guntas a la Orga- niza- ción	Organizaciones				
		(SDE - FITIC)	(UTADEO - TL)	(UR - CE)	(AC - LGSIC)	(CJE-ZM)
		<i>Dirección de competi- tividad:</i>	<i>Jefatura Tadeo Lab:</i>	<i>Líder de la Incuba- dora: Juan</i>	<i>Líder del componente de diseño:</i>	<i>Líder del programa de incuba- ción Zumo</i>

Em- pren- dedor (DDE)		<i>Diego Ja- vier Rivera Rodríguez</i>	<i>D.A. Res- trepo Que- vedo</i>	<i>Sebastián Chávez</i>	<i>Samuel Leonardo López Ro- jas</i>	<i>Más: Julián Ballesteros</i>
Sis- tema educa- tivo	C7 ¿Qué tipo de forma- ción para el em- prende- miento en di- seño, fue ad- quirida en el cole- progra- mas tercia- rios o univer- sitarios, por los benefi- ciarios?	C7P1 (SDE - FITIC) Ha desarro- llado desde el programa Designtech, asesorías en prototi- pado, di- seño y morfología con UTADEO. Sin em- bargo, se desconoce el tipo de formación previa de los empre- dedores y se cree que no la tenían.	C7P1 (UTADEO - TL) No se tiene infor- mación al respecto ya que nunca lo cuestio- naron. Sin embargo, se presume que los em- prendedo- res se inscriben en la convoca- toria por- que, independi- ente de su nivel de es- colariza- ción, tienen un interés profundo en mejorar sus conoci- mientos en	C7P1 (UR - CE) Muy pocos te- nían forma- ción previa en diseño y emprende- miento. Al- gunos son egresados rosaristas de posgrado que tienen formación base en di- seño, pero en otra uni- versidad. En otros ca- sos, es posi- ble que algunos es- tudiantes que vieron proyectos en la Uni- versidad.	C7P1 (AC - LGSIC) Hay dos ca- sos, uno es formación adquirida de genera- ción en ge- neración y, el otro, la que adque- ren en es- cuelas del oficio. Par- ticular- mente, a nivel arte- sanía y di- seño en Bogotá, está la Es- cuela de Arte y Ofi- cios Santo Domingo. También, a nivel de emprende- miento, la	C7P1 (CJE - ZM) Des- pués, de- pende de dónde se hayan for- mado y si fue en la Universi- dad Jave- riana, en la Facultad de Arquitect- tura y Di- seño hay un fuerte énfasis en pen- samiento de diseño.

			temas de emprendimiento.		Cámara de Comercio de Bogotá.	
C8	¿Hay algún tipo de referencia, que mencionara sobre la formación en emprendimiento en diseño, de Bogotá?	C8P1 (SDE - FITIC) La única que se conoce en diseño, es UTADEO. Se desconoce la existencia de otras Organizaciones que realicen formación para el emprendimiento en diseño, en la Ciudad.	C8P1 (UTADEO - TL) La Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Es la mejor a nivel de contenidos, formación y profesionales. Además, tiene enfoque en diseño dentro del emprendimiento, se enseña a hacer modelos de negocio basados en diseño.	C8P1 (UR - CE) No se tiene información precisa al respecto, sin embargo, se presume que hay esfuerzos. El Centro de Emprendimiento Javieriano ha coincidido con UR – CE en reuniones y varios de sus proyectos abarcan el diseño. También, se infiere que Taller Cinco tiene un enfoque en emprendimiento y	C8P1 (AC - LGSIC) Puntualmente, se desconocen Organizaciones que tengan foco en emprendimiento en diseño, desde AC, ya que se han especializado tanto en la artesanía que, tal vez, han perdido de vista ese otro tipo de enfoques.	C8P1 (CJE - ZM) Desde el punto de vista de Julián Ballesteros, diseñador industrial y gestor de ZM, en su generación no enseñaban nada de emprendimiento. Sin embargo, actualmente, sí. C8P2 (CJE - ZM) Esto puede tener que ver con que se egresaba como diseñador industrial y se enfrentaba a una

				<p>diseño. Esto, por el caso de una mentora que ha trabajado con la Organización.</p>		<p>realidad en la que no había suficiente empleo para los diseñadores. Esto conlleva a tener bases en emprendimiento que, no se tenían en años anteriores. Entonces, la referencia de formación en emprendimiento o en diseño, de Bogotá, es mínima. Más bien, es un fenómeno nuevo.</p>
Conclusiones	<p>(C.D.1) Las Organizaciones desconocen con precisión el nivel de formación sobre emprendimiento en diseño que tenían los beneficiarios y cada una plantea un punto de vista particular. Inicialmente, se deduce que hubo interés en formarse al respecto en aquellos que continuaron el programa Diseño Bogotá, es por esto</p>					

	<p>que se llevaron a cabo asesorías en prototipado, diseño y morfología (SDE - FITIC, UTADEO – TL). Muy pocos tenían conocimientos previos y, algunos eran egresados rosaristas de posgrados con formación en diseño de otra universidad (UR – CE). La formación previa en los beneficiarios era específicamente en diseño artesanal a través de la transmisión de conocimiento generacional y escuelas formadoras en el oficio, en Bogotá (AC – LGSIC). Finalmente, se asume que todos tienen formación profesional y quienes son egresados de la Facultad de Arquitectura y Diseño, tienen un fuerte énfasis en pensamiento de diseño (CJE – ZM).</p> <p>Las Organizaciones desconocen con precisión entidades que focalicen en la formación para el emprendimiento en diseño; sin embargo, mencionaron algunas como la Universidad Jorge Tadeo Lozano, el Centro Javeriano de Emprendimiento y Taller Cinco.</p>					
Cul- tura	C9 ¿De qué manera los me- dios di- fundier on la la- bor de la Or- ganiza- ción y de los benefi- ciarios, durante ese tiempo ?	C9P1 (SDE - FITIC) Algo que sucede en el gobierno es que hay muchos programas, entonces la socializa- ción es difi- cil. En SDE (Secretaría Distrital de Desarrollo) se deben te- ner al año más de cin- cuenta pro- gramas y a	C9P1 (UTADEO - TL) Di- seño Bo- gotá fue un convenio de asociación con una en- tidad pú- blica y, en función de eso, para hacer la convocato- ria inicial de empresa- rios se hizo una convo- catoria pú- blica que es	C9P1 (UR - CE) La Universi- dad del Ro- sario tiene una oficina de comuni- caciones que está muy bien conectada con diferen- tes medios. Esto permi- tió difundir la labor de UR - CE a través de Voces RCN y se creó un	C9P1 (AC - LGSIC) Di- funde su la- bor a través de sus redes sociales ya que tiene una plata- forma ro- busta al respecto. Además, cuenta con un equipo de comuni- cación que se dedica específica- mente a esta función.	C9P1 (CJE - ZM) nin- gún medio se ha acer- cado. Sin embargo, se cuenta con medios de comunica- ción inter- nos de la Universi- dad. C9P2 (CJE - ZM) Esta organiza- ción cuenta con su web, sus redes

		<p>nivel distri- tal, puede que sean más de mil. En ese sen- tido, elegir se com- plica.</p> <p>C9P2 (SDE - FITIC) Para el caso de Design- tech, se pasó por re- des del pro- grama, por las de UTADEO y la Alcaldía.</p>	<p>organizada por la Uni- versidad y, es lanzada por medios, directa- mente por la Alcaldía Mayor y por SDE.</p>	<p>espacio para hablar de empre- dimiento que, es gra- bado en la Universi- dad.</p> <p>C9P2 (UR - CE) Tam- bién se han publicado varias notas de prensa en medios como El Es- pectador, La Silla Va- cía, Se- mana, etc.</p>	<p>Adicional- mente, rea- liza alianzas con otros entes que incluye la promoción y divulga- ción como contrapar- tida.</p> <p>C9P2 (AC - LGSIC) Ha logrado di- fundir su la- bor a través de varios medios y programas nacionales como RCN, Caracol, UNO, El Tiempo, El Espectador y Braví- simo.</p>	<p>sociales y recurre a la Emisora Ja- veriana Es- téreo. También cuenta con la Vicerrec- toría de In- vestigación que tiene una oficina de comuni- caciones y esto les ha permitido divulgar lo que hacen en La Silla Vacía.</p> <p>C9P3 (CJE - ZM) Por lo general, es la Orga- nización quien quiere hacer la difusión y de esta manera busca me-</p>
--	--	---	--	---	---	---

						dios aliados. Sin embargo, el tiempo es limitado para el personal contratado y lograr una alta difusión de su labor.
¿Qué eventos realizaron para la muestra de estos emprendimientos?	<p>C10P1 (SDE - FITIC) En el año 2021 se realizó una hackathon en las instalaciones de la Javeriana y con ellos se hizo una muestra de todos los emprendimientos.</p> <p>C10P2 (SDE - FITIC) Con Designtech</p>	<p>C10P1 (UTADEO - TL) Se desarrollaron varias actividades, pero las más relevantes fueron unas ruedas de negocios implementadas en la Universidad; dos en el año 2021 y dos en el 2022. En estas ruedas de negocios</p>	<p>C10P1 (UR - CE) Uno, son las entregas académicas al final de cada semestre. Dos, las ferias en el marco del Festival del Arte de Empezar, UR Festival, Feria de los 5K para el emprendimiento. Y, tres, el nuevo espa-</p>	<p>C10P1 (AC - LGSIC) Ha realizado diferentes eventos y ha participado en varios espacios. Estos han sido Vassar Bo; Expoartesanías, la feria más grande que hacen con diferentes entes</p>	<p>C10P1 (CJE - ZM) Todo proceso de incubación en ZM, termina con un demo day. Este se ha realizado en el Aula Múltiple de la Facultad de Artes. Allí, los emprendedores hacen una demostración de su producto o servicio a</p>	

		se hizo una muestra de los emprendimientos en el Hotel Tequendama en abril del 2022.	se proyectaron ventas por más de 5000 millones de pesos.	Programa de Incubación.	<p>tanto públicos como privados.</p> <p>C10P2 (AC - LGSIC)</p> <p>Han participado con la Secretaría de la Mujer y han estado en el Mercado de las Aguas, con dos tiendas específicas; el Mercado de las Pulgas; la Plaza de los artesanos y en el Coliseo Live.</p> <p>C10P3 (AC - LGSIC)</p> <p>También han estado presentes en Centros comerciales como Mall</p>	<p>través de un pitch de tres minutos y se enfrentan ante un jurado y un público.</p> <p>C10P2 (CJE - ZM)</p> <p>entrega un premio en especie. No se hace entrega de dinero ya que se considera que los emprendimientos están en etapa temprana, lo que hace que los recursos se gasten muy rápido. Sí otorga horas de formación y asesoría para seguir</p>
--	--	--	--	-------------------------	--	---

					Plaza, Parque de la Colina, El Virrey, El Retiro.	evolucionando.
Conclusiones	<p>(C.D.2)</p> <p>Se identifica una facilidad en la difusión de las convocatorias distritales para el fortalecimiento de los emprendimientos en diseño a través de convenios de asociación entre el sector público y privado (SDE - FITIC, UTADDEO - TL). Sin embargo, el alcance fue limitado ya que circuló a través de los medios de las dos Organizaciones y de la Alcaldía Mayor de Bogotá.</p> <p>Se destaca el rol de un equipo de comunicación que apoye la difusión de las iniciativas en emprendimiento en diseño de las Organizaciones, ya que fue por esto que lograron publicar contenido en medios como RCN, El Espectador, La Silla Vacía, Semana, Caracol, Canal Uno, El Tiempo y Javeriana Estéreo. (UR CE, AC, CJE ZM).</p> <p>Las Organizaciones realizaron variedad de eventos para la difusión y muestra de los emprendimientos como: una hackathon a nivel académico (SDE - FITIC); muestras en entornos públicos, privados o académicos (SDE - FITIC, UTADDEO – TL, UR – CE, AC - LGSIC, CJE – ZM); ruedas de negocios (UTADDEO – TL); festivales institucionales (UR – CE) y ferias en diferentes sectores de Bogotá (FITIC, AC - AC - LGSIC).</p> <p>Se identifica que uno de los eventos que mejores resultados tuvo, fueron las ruedas de negocio ya que superaron las expectativas en ventas y visibilidad de los emprendimientos durante el año 2021 y 2022 (UTADDEO – TL).</p>					
Condiciones Sociales	C11 ¿Qué dificultades socio-económicas	C11P1 (SDE - FITIC) La dificultad suele ser la de siempre,	C11P1 (UTADDEO - TL) Diseño Bogotá se ejecutó de forma tanto	C11P1 (UR - CE) Suelen haber dos niveles de dificultades socio-económicas	C11P1 (AC - LGSIC) En Bogotá se ven dos niveles; está el artesano que	C11P1 (CJE - ZM) En general, no suele ser frecuente encontrar este tipo de

<p>solían ser comunes entre los beneficiarios, durante ese tiempo ?</p>	<p>los emprendedores no tienen recursos para invertir. Además, en ese tiempo aún estaba la pandemia, lo cual incidió bastante. Para el año 2021 la necesidad más grande fue el desarrollo de canales digitales y la inversión para crear marca. Lo que se detectó en los emprendimientos es que no había alguien experto en diseño que guiara estos procesos,</p>	<p>presencial como virtual, entonces, una de las dificultades más importantes tienen que ver con el aspecto tecnológico, la brecha tecnológica que puede existir entre las personas que quieren emprender en ciertas áreas.</p> <p>C11P2 (UTADEO - TL) Es importante mencionar que podían haber casos como el de un plomero o una empresa antiplagas.</p>	<p>; Uno, a nivel del emprendimiento, es la necesidad de capital para crecer; y, el segundo, a nivel del emprendedor, no es frecuente, pero puede pasar que alguno tenga dentro de su realidad alguna dificultad económica y, en ese caso, se encuentran soluciones.</p> <p>C11P2 (UR - CE) Para el perfil del estudiante de la Universidad del Rosario, no</p>	<p>realmente ha tenido el recurso económico para educarse y, por otro lado, el que ha aprendido de generación en generación que ha salido adelante. Sobre todo, el tema víctima y vulnerable que ha tenido gran impacto.</p> <p>C11P2 (AC - LGSIC) El tema económico es uno de los más importantes ya que se necesita dinero</p>	<p>casos en ZM. Sin embargo, se han presentado algunos de personas que no pueden continuar con el programa porque necesitan encontrar trabajo de forma inmediata.</p> <p>C11P2 (CJE - ZM) Algunas personas necesitan generar ingresos rápidamente, pero esto no suele suceder cuando se inicia un emprendimiento y,</p>
---	---	---	---	--	---

		tanto para la creación de productos como de servicios.	Entonces, el diseño como agente de transformación social les proporcionaba alternativas para escenarios que no son planteados desde esta área.	suele ser el grueso tener dificultades económicas.	para participar en las ferias, entonces, desde AC, se desarrollan alianzas estratégicas. C11P3 (AC - LGSIC) En Bogotá, aunque la mayoría son artesanos con un nivel de escolaridad alto, el mayor problema es el capital para crecer aún más.	especialmente, en industrias creativas y culturales. C11P3 (CJE - ZM) Sin embargo, hay casos en los que el negocio no es sostenible y los emprendedores deciden continuar. El problema es que no encuentran la manera en la que pueden sentirse fieles a su iniciativa.
Conclusiones	(CD3)	La dificultad socio económica que sobresale en los beneficiarios de las Organizaciones durante el año 2021 y 2022, es la carencia de capital semilla o recursos para crecer sus negocios (SDE - FITIC, AC - LGSIC).				

	<p>Se identifica un mínimo de casos en que los beneficiarios tienen dificultades socio económicas (UR – CE), necesitan generar ingresos pronto o un trabajo inmediato, lo cual conlleva a que deserten (CJE – ZM). También, casos en que son desplazados por la violencia o hacen parte de grupos formados en el oficio artesanal generacionalmente (AC – LGSIC).</p> <p>Se identifica una brecha tecnológica en los beneficiarios durante el año 2021 y, específicamente en el programa Diseño Bogotá, ya que en los encuentros virtuales se presentaron dificultades (UTADEO – TL).</p>					
Es- truc- tura empre- sarial	C12 ¿Con cuántos y qué tipo de trabaja- dores conta- ron en ese tiempo para lo- grar los objeti- vos de la Or- ganiza- ción?	C12P1 (SDE - FITIC) cuenta con los trabaja- dores de la Organiza- ción y los operadores. General- mente, hay una persona líder, al- guien de pa- pelería y uno o dos apoyos de supervisión del con- trato. Cada programa define la cantidad de personas a contratar,	C12P1 (UTADEO - TL) Alre- dedor de ochenta profesores, profesoras y cuerpo administra- tivo acom- pañaron el programa Diseño Bo- gotá. C12P2 (UTADEO - TL) En al- gunos ca- sos, se hacía contrata- ción ex- terna de personal para temas	C12P1 (UR - CE) Para la Incuba- dora, hay un líder del programa, una persona que lo acompaña, mentores y talleristas. C12P2 (UR - CE) El Arte de Em- prender, tiene un lí- der, pero varía en función de la actividad que se haga. Para el FADE, se vincula a	C12P1 (AC - LGSIC) En todo el universo de AC, Bo- gotá, fueron doce o quince pro- fesionales. Para el La- boratorio de Gestión So- cial, Inno- vación y Creativi- dad, fueron cuatro tra- bajadores.	C12P1 (CJE - ZM) El CJE, inició con María Fer- nanda Pa- tíño Pedraza, la directora y Julián Ri- cardo Ba- llesteros Riveros, como gestor de empre- dimiento. Además, contó con un equipo de dos per- sonas que transfirie- ron mucho conoci- miento ya

		según su envergadura.	particulares.	muchos profesores de la Facultad de Creación y del CE. Si es para los 5K del Empeñamiento, se vincula a la Decanatura del Medio Universitario que trabaja temas de deportes.		que habían trabajado en programas de incubación y aceleración en emprendimientos de contenido.
C13 ¿Qué estructura organizacional manejan?	C13P1 (SDE - FITIC) Al ser convenios los programas realizados, generalmente hay un director de proyecto y, según la envergadura, un director	C13P1 (UTADEO - TL) En cuanto a la Universidad, hay un Consejo Superior que tiene la rectoría, las vicerrectorías, las decanaturas, direcciones de área y	C13P1 (UR - CE) Inicia por rectoría, debajo está el Centro de Empeñamiento que tiene su directora. Después, están los líderes para cada una de las áreas. El	C13P1 (AC - LGSIC) A la cabeza, son tres líderes en diseño y cada uno tiene asignados unos departamentos, en Colombia. De acuerdo a esto, se direcciona	C13P1 (CJE – ZM) está integrado por la directora del Centro, el coordinador de cada programa y algunos apoyos. Uno es administrativo y otro son los gestores	

		<p>administrativo y un experto en algún tema particular. De ahí en adelante, es la Universidad u operador quien maneja según su estructura organizacional el proyecto.</p>	<p>académicas.</p> <p>C13P2 (UTADEO - TL) Los programas de consultoría, tienen un director o una directora y, a partir de eso tienen unos coordinadores de ciertos aspectos que tienen que ver con la coordinación financiera, técnica, académica y eventos. Además, según la conformación de cada una de estas, se le asigna personal de</p>	<p>Arte de Em- prender; Thinking Lab; Maker Lab; E School y; la Incubadora.</p> <p>C13P2 (UR - CE) Tam- bién hay tres líderes que están en cada una de las sedes de la Universi- dad que apoyan a cada uno de los líderes.</p> <p>C13P3 (UR - CE) En- tonces, or- ganizaciona lmente, está un primer nivel que es rectoría, se- gundo nivel es la direc- ción, tercer nivel están</p>	<p>para que todo el ejer- cicio de di- seño funcione, con base en una misma misión. El rol de este cargo se nombra como dise- ñador líder que, básica- mente es un director creativo.</p> <p>C13P2 (AC - LGSIC) Es una es- tructura vertical donde hay un gerente, subgerentes y de ahí para abajo, especialis- tas de pro- yecto, coordinado-</p>	<p>que, se co- laboran en- tre sí.</p> <p>C13P2 (CJE - ZM) también hay practicantes de comuni- cación y di- seño. Hay monitores y se usa una figura nueva que son los ges- tores de em- prendimient o Junior.</p>
--	--	--	---	---	---	---

			<p>apoyo logístico.</p> <p>C13P3 (UTADEO - TL) En cuanto a los programas que se manejan desde la dirección de TL, hay variables en la cantidad de personas.</p> <p>Cuando son de nivel nacional, pueden ser hasta de 250 personas y, a nivel distrital hasta 120.</p>	<p>los líderes del proceso y cuatro son los líderes de sede.</p>	<p>res de proyecto, supervisores, gestores, diseñadores regionales, equipo comercial, etc.</p> <p>C13P3 (AC - LGSIC) es una empresa pequeña en relación a las que maneja MINCIT.</p> <p>Sin embargo, la abarcan doscientas personas en Colombia y, esto incluye a contratistas y trabajadores de planta.</p>	
--	--	--	---	--	--	--

					C13P4 (AC - LGSIC) Adicionalmente, hay un área administrativa, un equipo de comunicaciones, recursos humanos, jurídica, contabilidad, etc.	
Conclusiones	<p>(CD4)</p> <p>El mínimo número de personas contratadas para el emprendimiento en diseño y desde las respectivas iniciativas es de cuatro (CJE – ZM, AC – LGSIC); mientras que el mayor número es de ochenta (UTADEO – TL).</p> <p>Respecto a los roles de los trabajadores de las Organizaciones, en general, hay un líder que supervisa la ejecución de los programas, profesores, administrativos y personal de apoyo. Hay casos de contratación externa para temas particulares (SDE – FITIC, UTADEO – TL) y, otros en los que suele ser estable ya que son los mismos trabajadores de cada Organización quienes realizan las funciones determinadas (UR – CE, CJM - ZM y AC – LGSIC).</p> <p>La estructura organizacional predominante en las Organizaciones es jerárquica y, en algunos casos se identifican características mixtas en la implementación de los programas respectivos (SDE – FITIC, UTADEO – TL).</p>					
Plataforma CTI	C14 ¿A través de	C14P1 (SDE - FITIC)	C14P1 (UTADEO - TL) No se ha realizado	C14P1 (UR - CE) El Arte de Em- prender, es	C14P1 (AC - LGSIC) Las alianzas de AC	C14P1 (CJE – ZM) es una unidad de la

<p>qué instituciones de la Plataforma de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI), se han articulado para lograr los objetivos que se plantean?</p>	<p>Con la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), Innopulsa Colombia, el Ministerio de Ambiente y Minciencias.</p>	<p>alguna filiación con una institución de la plataforma CTI aparte de la Universidad. Esto, porque cuando se hace un convenio de asociación, se plantea que sea exclusivo de la entidad con la que está haciendo la asociación.</p>	<p>una línea de investigación creada en Minciencias. Desde emprendimiento, el CE se articula con la Dirección de Transferencia de Investigación de la Universidad. C14P2 (UR - CE) Esto, a través de un programa de sensibilización a los docentes para la creación y fortalecimiento de Spin Off. También con programas de accelerator muy</p>	<p>siempre son con Ministerio de Comercio (MINCIT) y Ministerio de Cultura. Pero, con Minciencias no se han realizado. El tema de ciencia y tecnología no se ha evidenciado. C14P2 (AC - LGSIC) Actualmente, sí se está viendo una apertura al reconocimiento del trabajo en equipo con otros ministerios ya que, en</p>	<p>Vicerrectoría de Investigación pero no es académica; por lo tanto, no suelen tener algún tipo de vinculación con la plataforma CTI, de manera directa. Posiblemente, a través de la dirección de Innovación, sí tenga alguna articulación con esta plataforma.</p>
---	--	--	---	--	---

				enfocados en temas de base científica vinculados con Fundación Bolívar y el CESA.	algunas regiones de Colombia, las redes de conectividad no son las mejores. Entonces, se están realizando alianzas para mejorar a nivel de tecnología.	
Conclusiones	<p>(CD5) Se identifica una vinculación directa con la plataforma CTI a través de Minciencias (SDE - FITIC y UR – CE) y el Ministerio de Ambiente (SDE - FITIC).</p> <p>Para algunas Organizaciones, se desconoce una posible vinculación directa con la plataforma CTI, realizada desde los programas desarrollados, respectivamente. (UTADEO – TL, AC – LGSIC, CJE – ZM).</p> <p>Se identifica una postura desde la investigación sobre el emprendimiento en diseño como un área de estudio en exploración (SDE – FITIC, UR – CE).</p> <p>Se evidencia un esfuerzo por lograr nuevas alianzas con la plataforma CTI, que puedan fortalecer a nivel tecnológico y, especialmente, en temas de conectividad (AC – LGSIC).</p>					
Capital social	C15 ¿A través de qué instituciones, locales,	C15P1 (SDE - FITIC) Cuando son contratos, FITIC, rea-	C15P1 (UTADEO - TL) al realizar convenios de asociación, se limita la	C15P1 (UR - CE) Primero, es un relacionamiento interno UR – CE tiene	C15P1 (AC - LGSIC) A nivel nacional, AC se apoya en entidades públicas	C15P1 (CJE - ZM) suele establecer apoyos, especialmente, para

<p>extra locales o nacionales se apoyan para lograr los objetivos del programa?</p> <p>¿Qué tipo de apoyo han recibido?</p>	<p>liza concursos públicos. Sin embargo, la mayoría han sido convenios con el sector privado y público.</p> <p>C15P2 (SDE - FITIC) Ha realizado esto con entidades como el Museo de Arte Moderno de Bogotá, Invest in Bogotá, Innpulsa Colombia, Procolombia y Connect Bogotá. También, con universidades</p>	<p>posibilidad de aliarse con otras entidades. Hay casos particulares en los que se busca apoyos. Por ejemplo, con la Cámara de Comercio de Bogotá para comentarles la iniciativa y, de esta manera, sea difundida por la entidad a sus emprendedores a partir de un llamado interno. Esto, se hizo específicamente para las ruedas de negocio del pro-</p>	<p>con las diferentes Escuelas, Facultades y Decanatura.</p> <p>C15P2 (UR - CE) A nivel local, trabajan en diferentes redes: Metared y Universia del Banco Santander, donde participan en la mesa de emprendimiento. Estas redes funcionan para transferencia de conocimiento y compartir buenas prácticas.</p>	<p>como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) y el Ministerio de Cultura. En el sector privado está Ecopetrol, con apoyo económico y en infraestructura para grupos étnicos. También, FONTUR con apoyos desde el turismo.</p> <p>C15P2 (AC - LGSIC) A nivel local, sus principales aliados son las alcaldías, secretarías,</p>	<p>el final del programa. Esto se realiza a través de invitaciones a gente externa especialista en el tema. Entonces, a nivel local, se ha invitado a la Cámara de Comercio de Bogotá, Invest in Bogotá, Innpulsa Colombia, Fundación Bolívar y Davivienda, a otras universidades como la EAN que, también trabaja el tema de gestión cultural.</p>
---	---	---	---	--	---

		<p>como UTADEO.</p> <p>C15P3 (SDE - FITIC)</p> <p>Al ser convenios, se acuerda una contrapartida. Por ejemplo, una de Innpulsa Colombia fue de \$500'000.00 CO, en especie.</p> <p>UTADEO, también acordó hacerla en especie. La mayoría lo hace de esta manera, de tal manera que todos ganen.</p>	<p>grama Diseño Bogotá.</p>	<p>C15P3 (UR - CE) A nivel gubernamental hay varios actores:</p> <p>Innpulsa Colombia, MinTIC (Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia) y MinCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).</p> <p>C15P4 (UR - CE) En esos casos y a nivel público, algunas veces UR - CE opera los proyectos.</p>	<p>la gobernanza y cámaras de comercio.</p> <p>C15P3 (AC - LGSIC)</p> <p>Por lo general, estas entidades brindan recursos económicos, espacio o infraestructura. Es importante mencionar que esta labor la realiza el equipo de Cooperación Internacional, ya que tiene la función específica de buscar constantemente alianzas</p>	<p>Internamente, se ha tejido red con la Facultad de Arte, que es muy relevante en el país; la Facultad de Arquitectura y Diseño y; la Facultad de Comunicación y Lenguaje. En el año 2022, con la cámara en la Cámara de Comercio de Bogotá, ZM participó en el Bogotá Design Festival llevando el tema del emprendimiento.</p>
--	--	---	-----------------------------	---	---	--

				<p>Otras, dispone sus recursos para programas de estos Ministerios.</p> <p>C15P5 (UR - CE) Está Porvenir, Casa Luker, Belkor, Samsung, Cámara de Comercio de Bogotá, entre otros. Con estas entidades, UR - CE cocrea programas en alianza, opera o desarrolla algo interesante sin que implique un componente financiero.</p>	para los artesanos.	
--	--	--	--	--	---------------------	--

				C15P6 (UR - CE) A nivel internacional, en temas de emprendimiento, la red principal es la de Babson College.		
	<p>C16 ¿Han logrado tejer red con otros actores del ecosistema de emprendimiento en diseño de Bogotá?</p> <p>¿cómo ha sido su articulación?</p>	<p>C16P1 (SDE - FITIC) ha logrado tejer red con las universidades de Bogotá y, especialmente con la Universidad Jorge Tadeo Lozano.</p> <p>C16P2 (SDE - FITIC) También, hacer el programa</p>	<p>C16P1 (UTADEO - TL) tiene un ecosistema de emprendimiento interno y externo. En ese sentido, cuenta con empresarios que prestan servicios de distintos tipos y la posibilidad de tener compradores para ellos.</p>	<p>C16P1 (UR - CE) a nivel interno y en temas de diseño, se articula con la Facultad de Creación (FACREA. A nivel externo, se articula con la spin off llamada ENTI, de UNIMINUTO (Corporación Universitaria Minuto de</p>	<p>C16P1 (AC - LGSIC) ha logrado tejer red con diferentes organismos del ecosistema emprendedor y esto le ha facilitado crecer en diferentes espacios comerciales.</p> <p>C16P2 (AC - LGSIC) Algunos organismos</p>	<p>C16P1 (CJE - ZM) ha logrado tejer red con diferentes organismos del ecosistema emprendedor, tal como se menciona en la respuesta anterior, participando en algunos escenarios. Internacionalmente, se ha</p>

		<p>evidenció en los emprendimientos, que los temas de marca necesitaban apoyo. En ese sentido, se realizó un convenio con la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para facilitar el registro de las mismas, siendo FITIC quien hacía los aportes económicos del proceso.</p> <p>C16P3 (SDE - FITIC) Cuando se</p>	<p>C16P2 (UTADEO - TL) De esta manera, se pueden tener encadenamientos productivos. Entonces, las conexiones de UTADEO – TL dependen de saber quién hace esto y quién lo puede necesitar en un momento determinado.</p> <p>C16P3 (UTADEO - TL) También, se han realizado alianzas con otras entidades</p>	<p>Dios) - Centro Progresista. A través de esta, se realiza un intercambio de servicios en diseño de marca para los emprendimientos del UR - CE y, en contratación, se le prestan otros servicios.</p>	<p>con los que ha construido red son: la Asociación Zona Rosa, El Centro Comercial Mall Plaza, El Coliseo Live, Corferias, Econpetrol, FONTUR, y Bavaria; especialmente con la marca Club Colombia. Desde el aspecto de moda, el Bogotá Fashion Week también ha sido una vitrina muy importante para AC.</p>	<p>tejido red con la Facultad de Arte, que es muy relevante en el país; la Facultad de Arquitectura y Diseño y; la Facultad de Comunicación y Lenguaje. En Bogotá, concretamente el Bogotá Design Festival y la Cámara de Comercio de Bogotá.</p> <p>C16P2 (CJE – ZM) También, a nivel internacional, el CJE - ZM ha invitado</p>
--	--	---	---	--	--	---

		<p>llega con temas específicos es fácil y más cuando hay plata de por medio. Si FITIC invierte los recursos, es fácil lograr la articulación.</p>	<p>de educación que apoyan en determinadas áreas como, La Salle Co-lege (LCI), que tiene conocimientos mucho más concretos en industrias culturales.</p> <p>C16P4 (UTADEO - TL) Esto se hizo en el año 2021 y 2022 con el programa Aula Creativa, sin embargo, hoy en día también tienen expertos de esas áreas en la Universidad.</p>		<p>C16P3 (AC – LGSIC) Todo esto, ha permitido que AC crezca, logrando abrir tiendas como Kuna Mya, la cual es de artesanos de Cundinamarca, establecida en Bogotá. Este crecimiento refleja el diseño y la innovación logrado en el producto artesanal y la posibilidad de que otros entes empiecen a verse atraídos por AC. Esto, tanto a nivel nacional como</p>	<p>a David Parish, autoridad en el emprendimiento de industrias creativas y culturales.</p>
--	--	---	--	--	--	---

					internacio- nal.	
	<p>C17 ¿Con qué tipo de redes, ferias u otras oportu- nida- des, conta- ron los em- prende- dores benefi- ciarios durante ese tiempo ?</p>	<p>C17P1 (SDE - FITIC) Se realizó una rueda de ne- gocios y también se apoyó con las ferias de la Secreta- ría, llama- das “Hecho en Bogotá”.</p>	<p>C17P1 (UTADEO - TL) Para Diseño Bo- gotá UTADEO – TL, tuvo dos posibi- lidades. Por un lado, con Expoartesa- nías y, por otro lado, con las ruede- das de ne- gocio. En ese sen- tido, la Uni- versidad, bajo la di- rección de D.A Res- trepo, logró construir un modelo de rueda de ne- gocio que vendió \$5.000'000.</p>	<p>C17P1 (UR - CE) Desde el Arte de Emprender, UR – CE realizó “los 5 K del Em- prende- miento”, una carrera que hace parte de la estrategia de cultura emprende- dora. Ahí se articulan di- ferentes marcas que patrocinan la carrera como Reebok, Dekhatlon, etc. C17P2 (UR - CE) Tam- bién realizó, en</p>	<p>C17P1 (AC - LGSIC), contó con las siguien- tes redes, ferias y oportunida- des durante el año 2021 y 2022: Corferias; Bazaar Bo, en la Feria del Hogar; Mercado de las Aguas; Mercado Artesanal el Retiro; Muestra Artesanal Coliseo Live; Feria Altiplano Artesanal, en Mall Plaza y en Parque de la Colina.</p>	<p>C17P1 (CJE - ZM) ha facili- tado el ac- ceso a otros programas y asesorías, según la ne- cesidad de cada em- prende- miento. Por ejemplo; cuando se necesita re- solver un tema con- tractual, se conduce al Programa de Apoyo Legal Jave- riano; cuando se desea parti- cipar en Fondo Em- prender o Impulsa Colombia,</p>

			<p>000 de pesos. Mientras que en Expoartesanías, logró vender \$38'000.000 de pesos. Entonces, la cuestión es qué le interesa a un emprendedor y hacia dónde está mirando. En este caso, algunos perdieron de vista el potencial que puede llegar a tener su producto en una rueda de negocio. Entonces, ahí es donde falta formación, lo cual, es</p>	<p>el año 2022, “El Festival del Arte de Emprender”, una agenda enfocada en muestras de cómo el emprendimiento y el arte están articulados. Este, se vinculó con aliados paratrocinado-res como Innpulsa Colombia, Connect Bogotá y Neki.</p> <p>C17P3 (UR - CE) Además, a través del programa de incubación, UR – CE ha participado en</p>	<p>se les invita a dar una conferencia. De hecho, de ZM han logrado pasar a Aldea que, los fondos son de FITIC y es operado por Impulsa Colombia.</p> <p>C17P2 (CJE - ZM) En general, se perciben pocas oportunidades para los emprendedores en Bogotá, aunque puede ser que cada uno ha estado muy ocupado, pierde de vista quién</p>
--	--	--	--	---	--

			<p>una oportunidad y es uno de los motivos por los cuales esta Organización trabaja.</p>	<p>ferias de la Cámara de Comercio de Bogotá.</p>		<p>más está haciendo cosas y, si se habla específicamente de diseño, mucho menos.</p>
<p>Conclusiones</p>	<p>(CD6)</p> <p>Apoyos locales, nacionales y extralocales:</p> <p>Se identifica una predominancia en los apoyos locales del sector privado, de los cuales, el más frecuente es a través de la Cámara de Comercio de Bogotá, después con universidades como UTADEO o EAN y, por último, a través de las entidades internas de cada Organización.</p> <p>A nivel nacional, el apoyo más predominante es del sector público, del cual el más frecuente es Innpulsa Colombia, después de MinCIT y, por último; MinTIC, Ministerio de Cultura, Procolombia y Fontur.</p> <p>Se destacan los apoyos logrados a nivel nacional desde el sector privado, a través de entidades bancarias como Fundación Bolívar Davivienda y el Banco Santander con MetaRed y Universia.</p> <p>Se evidencia un esfuerzo por conseguir apoyos internacionales en las Organizaciones por medio de un equipo de cooperación internacional (AC – LGSIC) y, con invitados internacionales como David Parrish (CJE –ZM).</p> <p>Los apoyos logrados por las Organizaciones fueron, en su mayoría, acuerdos en especie o contrapartida. En estos se determinó la difusión, transmisión de conocimiento y, espacio e infraestructura para los emprendimientos. Mínimamente, se acordaron recursos económicos.</p> <p>Redes con otros actores del ecosistema, logradas por las Organizaciones:</p> <p>Sobresalen las redes creadas para el diseño de marca o asesoría sobre el registro de la misma con Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), como contraprestación y, a la cual se le hicieron los aportes respectivos (SDE – FITIC). También, a través de la articulación con ENTI, spin off del Centro Progres -</p>					

UNIMINUTO Bogotá (Corporación Universitaria Minuto de Dios) para el intercambio de servicios en diseño de marca (UR – CE).

Se identifican apoyos concertados entre organizaciones educativas que propician la construcción de redes entre instituciones o actores del ecosistema para la transmisión de conocimiento, específicamente, en industrias culturales y creativas, a través de la articulación con LaSalle College (UTADEO – TL) y la invitación a David Parrish como conferencista (CJE – ZM).

Se identifica un nivel de relacionamiento inicial, a nivel interno, de las Organizaciones del sector universitario para la creación y el fortalecimiento de redes a través de FaCrea (CJE – ZM) y Facultad de Arte, Facultad de Arquitectura y Diseño, Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana (CJE – ZM). Esto demuestra la capacidad de gestión que tiene cada una para el desarrollo de las iniciativas respectivas.

Sobresale el fortalecimiento de las redes creadas por las Organizaciones, a nivel local y desde el sector privado con UTADEO (SDE – FITIC), LaSalle College (UTADEO – TL), FaCrea, ENTI (CJE – ZM), Asociación Zona Rosa, Centro Comercial Mall Plaza, Coliseo Live, Corferias, Bavaria, Bogotá Fashion Week (AC – LGSIC), Facultad de Arte; Facultad de Arquitectura y Diseño, Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana (CJE – ZM).

A nivel nacional, se destaca el sector público con redes creadas a través de Fontur (AC – LGSIC) y SIC (SDE – FITIC).

Redes, ferias u otras oportunidades para los emprendedores:

A nivel local sobresalen las oportunidades gestionadas por el sector privado como ruedas de negocio (SDE – FITIC, UTADEO – TL), Carrera 5K del Emprendimiento y el Festival del Arte de Emprender, Ferias de la Cámara de Comercio de Bogotá (UR – CE), Programa Apoyo Legal Javeriano (CJE – ZM) y de gestión mixta como Feria del Hogar, Mercado Artesanal el Retiro a través de El Retiro Shopping Center y Asociación Zona Rosa de Bogotá, Muestra Artesanal Coliseo Live, Feria Altiplano Artesanal a través de Mall Plaza y el Parque la Colina (AC – LGSIC).

A nivel nacional, sobresale el sector mixto a través de Expoartesánías (AC - LGSIC) y Fondo Emprender (CJE – ZM).

	<p>Se identifica un potencial para la visibilidad, socialización de estos eventos a través de la articulación de diversas oportunidades, independientemente de la Organización que la gestione. Esto se evidencia, ya que se menciona que las ruedas de negocio superaron las expectativas y fueron efectivas para todo tipo de emprendimiento de este ecosistema; con lo cual, también hay una oportunidad de formación al respecto (UJTL – TL). También, algunos beneficiarios lograron pasar a Aldea, uno de los programas financiados por FITIC (CJE – ZM).</p>					
Finan- cia- miento	<p>C18 ¿Con qué instrumentos o entidades para la financiación de la creación y la expansión de estos emprendimientos, contaron durante ese tiempo, a nivel</p>	<p>C18P1 (SDE - FITIC) Para FITIC, la financiación fue directa; es decir, del estado y, en otra medida, de las contrapartidas acordadas con los operadores.</p> <p>C18P2 (SDE - FITIC) Actualmente, hay un convenio con Bancoldex, entidad que funciona como banca</p>	<p>C18P1 (UTADEO - TL) contó con dineros públicos que fueron otorgados a los mejores proyectos, evaluados por convocatoria pública por un comité que es conformado entre las dos entidades: la pública y la Universidad. A partir de esto, se generaron</p>	<p>C18P1 (UR - CE) la gestión de fondos ha sido limitada ya que una pequeña parte de la financiación la ha hecho la Universidad a través de capital semilla. En ese sentido, el CE se ha conecta con aliados o fondos. Un ejemplo es Porvenir, entidad que ha aportado</p>	<p>C18P1 (AC - LGSIC) maneja como financiación las contrapartidas acordadas en los convenios y alianzas realizadas. Un ejemplo es el Centro Comercial El Retiro, el cual dispone el espacio y la infraestructura. El Coliseo Live, también. En el Mercado de las Aguas, AC</p>	<p>C18P1 (CJE - ZM) contó con un presupuesto de la Facultad de Arquitectura y Diseño para la premiación de un evento llamado Panda Tank. Entonces, en este evento se entregaba a los ganadores un capital semilla otorgado por la Universidad.</p>

<p>local, departamental y nacional?</p>	<p>de segundo piso para temas de financiación. En ese sentido, FITIC, subsidia una tasa para que este otorgue créditos a los bancos y, estos, le presten recursos a emprendedores para la inversión en empresas pequeñas.</p> <p>C18P3 (SDE - FITIC) En temas de innovación es difícil conseguir créditos, ya que no se sabe si va a funcionar.</p>	<p>unos financiamientos particulares que otorgan beneficios económicos y que debían estar enfocados en el desarrollo de un proyecto de emprendimiento.</p>	<p>capital semilla. Sin embargo, este es limitado y, por consiguiente, esto se convierte en una brecha por la cual, esta Organización está trabajando.</p> <p>C18P2 (UR - CE) Es importante rescatar que, pese a las dificultades, UR - CE logró, en los últimos años, su primer acercamiento a fondos de capital de riesgo.</p>	<p>aporta todo y busca recursos para alimentación con entes privados. Entonces, en general, el financiamiento es la contrapartida.</p> <p>C18P2 (AC - LGSIC)</p> <p>Es importante mencionar que AC, no entrega recursos en dinero a los emprendedores. Sí otorga producto, infraestructura, espacio, herramientas, materiales, entre otros.</p>	<p>Sin embargo, es importante aclarar que este se otorgó como bono para reclamar en tiendas.</p>
---	---	--	--	---	--

Con-clusio-nes	<p>(CD7)</p> <p>A nivel local, sobresale el financiamiento logrado a través del sector mixto por contrapartida en especie, a través de diferentes operadores como UJTL (SDE – FITIC), Centro Comercial El Retiro, Coliseo Live y Mercado de las Aguas (AC – LGSIC). También, el financiamiento por recursos públicos del estado (SDE – FITIC, UJTL – TL)</p> <p>A nivel local como nacional, se destaca el capital semilla aportado por el sector privado a través de entidades como la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Javeriana, el cual se entrega en especie (CJE – ZM) y, a través de Porvenir (UR – CE)</p> <p>Se detecta una dificultad para conseguir capital semilla para innovación a través de bancos o fondos (SDE - FITIC) y, en algunos casos, cuando se logra, es muy bajo (UR-CE).</p>					
Políti-cas y regula-ciones	C19 ¿Qué regulaciones para la creación y la expansión del emprendimiento en diseño, existen actualmente a nivel local,	C19P1 (SDE - FITIC) existen las regulaciones habituales como crear la matrícula mercantil o registrarla como persona natural ante la Cámara de Comercio de Bogotá. Entonces, suele haber	C19P1 (UTADEO - TL) desarrolló, con el liderazgo de D. A Restrepo, la construcción de la política pública para el diseño de 2020 y 2030, en Colombia. Esta publicación abarca las políticas	C19P1 (UR - CE) hay 4 leyes que han incidido en la gestión de emprendimientos en diseño. Los primeros tienen que ver con emprendimiento en general, la tercera con emprendimiento social y, la	C19P1 (AC - LGSIC) se rige por la Ley 36 de 1984, Ley del Artesano. Esta influye en gran medida y, aún sobre ese protagónico profesional del artesano, sabedor de un oficio de terminado.	C19P1 (CJE – ZM) tiene en cuenta las políticas de la Universidad Javeriana, las que se acordaron específicamente para la Organización y las que existen para cada programa externo, en Bogotá.

<p>depar- tamen- tal y nacio- nal?</p>	<p>un punto neurálgico cuando em- piezan a pa- gar IVA y, eso quiebra o cambia a muchacha gente. C19P2 (SDE - FITIC) En cuanto a di- seño, aplica el tema de la certifica- ción INVIMA, porque cuando se lanza un producto o empaquete, este tiene que ser es- pecífico. Por ejem- plo, en di- seño, cuando ha- cen jugue- tes, que</p>	<p>que fomen- tan la cons- trucción de posibilida- des en donde el di- seño está enmarcado dentro del factor cul- tura, en Co- lombia. Particular- mente, en esta política hay tres grandes áreas; una de cine; una de econo- mía nari- jeña, que tiene que ver con el factor pro- ductivo del arte y di- seño y; un tercero, que tiene que ver con la circulación</p>	<p>última, diri- gida especí- ficamente a la economía narijeña, en la cual se abarcaban las industrias culturales y creativas. C19P2 (UR - CE) En síntesis: Ley 1014 de 2006 “De fo- mento a la cultura del emprende- miento” (Mincien- cias) Ley 2069 del 2020 “Por medio del cual se impulsa el Emprende- miento en Colombia” (MinCIT)</p>	<p>C19P2 (AC - LGSIC) A partir de esto, se em- pezó a tra- bajar con el RUAC (Re- gistro Único de artesanos en Colom- bia). Pro- ceso en el cual, Sa- muel López como líder del Labora- torio de Gestión So- cial, Inno- vación y Creativi- dad, junto con la ma- yoría de tra- bajadores de la Orga- nización, fueron par- ticipes.</p>	<p>C19P2 (CJE – ZM) Con base en esto, se li- mita la creación de algunas ideas como: el diseño de bebidas al- cohólicas o juguetes se- xuales. C19P3 (CJE – ZM) También, a nivel in- terno de la Organiza- ción, se pactó como norma que todos los emprende- mientos de- ben tener al menos la mitad de personas ja- verianas y no aceptan</p>
--	--	--	---	--	---

		<p>cumpla la reglamentación para los niños. Son temas muy específicos de diseño, de validación, pero depende de eso para que puedas vender o no.</p>	<p>del arte y la cultura. Este, es un libro que se puede encontrar en la web, llamado "Insumos para la construcción de una política pública desde el diseño sistémico". En este se encuentran las conversaciones y los puntos claves que se identificaron en ese proceso. Este, se coeditó entre el Ministerio de Cultura y UTADEO.</p>	<p>Ley 2234 DEL 2022 "Por la cual se promueve la política del emprendimiento social"</p> <p>Ley 1834 del 2017 "Fomento a la economía creativa</p> <p>Ley Naranja"</p>	<p>C19P3 (AC - LGSIC)</p> <p>De esta manera, se entrega al artesano un certificado legal que lo acredita como sabedor, practicante o fortalecido en la profesión de un oficio específico. Esto, repercute en el tema del diseño; lo cual es positivo para los emprendedores artesanos de AC.</p>	<p>empresarios que estén generando más de 4 millones mensuales en promedio en los últimos seis meses.</p>
--	--	--	---	---	--	---

<p>Con- clusio- nes</p>	<p>(CD9)</p> <p>A nivel nacional, las Organizaciones conocen diferentes leyes o políticas que inciden en la creación y expansión del emprendimiento en general y, algunas específicas al diseño. Las que inciden en emprendimiento son: Ley 1014 de 2006 “De fomento a la cultura del emprendimiento, Ley 2069 del 2020 “Por medio del cual se impulsa el Emprendimiento en Colombia” y Ley 2234 DEL 2022 “Por la cual se promueve la política del emprendimiento social”. A nivel específico en cuanto a diseño: normas estipuladas por INVIMA; Normas específicas para la validación de un producto o servicio, según el área de diseño; Ley 1834 del 2017 “Fomento a la economía creativa Ley Naranja”; Ley 36 de 1984 “Ley del Artesano” y RUAC “Registro único de artesanos en Colombia”.</p> <p>Hay casos particulares en los cuales las Organizaciones son partícipes de la creación de políticas públicas o leyes que inciden en los emprendimientos en diseño. Una de estas es UJTL - TL, que participó en la construcción de la política pública para el diseño 2020 – 2030, con el liderazgo de D.A. Restrepo y, así mismo, se desarrolló la publicación “Insumos para la construcción de una política pública desde el diseño sistémico”, el cual fue coeditado con el Ministerio de Cultura. La otra Organización es AC que también participó con el liderazgo de Samuel López y, la mayoría de miembros de esta misma, en el fomento de la Ley del Artesano y el RUAC “Registro único de Artesanos en Colombia”.</p> <p>A nivel local, se conocen las normativas estipuladas para el registro mercantil en la Cámara de Comercio de Bogotá y, otras políticas particulares a instituciones específicas como: Políticas de la Universidad Javeriana, políticas de CJE – ZM y normas estipuladas en cada programa externo a la Organización.</p>
---------------------------------	--

8.2 Anexo 2. Encuesta a Organizaciones

Figura 59

Encuesta realizada a las Organizaciones de este Estudio

26/3/24, 15:11

Ecosistema Emprendedor en Diseño de Bogotá (Año 2021 - 2022) / Encuesta a las Organizaciones

Ecosistema Emprendedor en Diseño de Bogotá (Año 2021 - 2022) / Encuesta a las Organizaciones

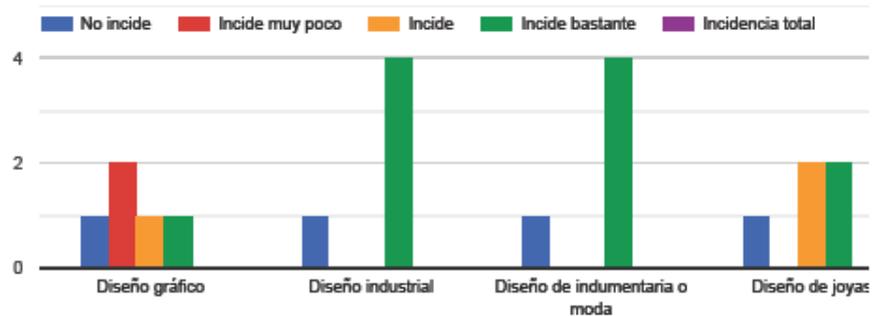
5 respuestas

[Publicar datos de análisis](#)

1° EJE: CAPITAL HUMANO EMPRENDEDOR. (DDE) SISTEMA EDUCATIVO

1. Relacione el nivel incidencia en la participación de los beneficiarios, según el área de diseño con los siguientes valores: No incide. Incide muy poco. Incide. Incide bastante. Incidencia total.

[Copiar](#)



Si su respuesta es otra, ¿a cuál área del diseño pertenece?

1 respuesta

No entendí la pregunta... o la orientación que se le quiere dar

<https://docs.google.com/forms/d/1wEDTNAuQekgK55ZxZqUMXStWuhtpwOCYHq7TptycPIOE/viewanalytics>

1/12

8.3 Anexo 3. Encuesta a beneficiarios

Figura 60

Encuesta realizada a los Beneficiarios, SDE - FITIC

26/3/24, 15:09 Encuesta Ecosistema Emprendedor en Diseño de Bogotá (Año 2021 - 2022) / Beneficiarios FITIC

Encuesta Ecosistema Emprendedor en Diseño de Bogotá (Año 2021 - 2022) / Beneficiarios FITIC

6 respuestas

[Publicar datos de análisis](#)

POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL DE LA ORGANIZACIÓN

¿Cuáles son los servicios que diferencian a esta Organización de otros programas con enfoque en emprendimiento en diseño?

6 respuestas

Acompañamiento integral hasta entrega de recursos

Nuevas herramientas de gestión y optimización de procesos, así como un gran carisma y diligencia al momento de impartir la teoría.

En primer lugar usaban metodologías ágiles enfocadas en resolver problemas de escalabilidad y diseño de la organización, y en segundo, daban un incentivo económico que ayudaba a realizar y poner en práctica las soluciones a las que se llegaba en la primera parte

Cursos de administración básica para. Nuestras empresas

No opino

En general considero que los emprendedores están en una constante evolución para afinar sus productos, por lo tanto la proyección de este programa está muy alineada con las necesidades de los emprendedores, y gracias al acompañamiento del programa considero que lograron focalizar su búsqueda.



https://docs.google.com/forms/d/1HCJW6XL_IjovOVx9IMGF9U6AUoOSCdcZ5AJ26012Sss/viewanalytics 1/13

Nota. Esta encuesta fue realizada a 6 beneficiarios de SDE – FITIC y se realizó en el año 2023, a través de Google Forms. La misma se puede ver a totalidad, en el siguiente enlace: https://docs.google.com/forms/d/1HCJW6XL_IjovOVx9IMGF9U6AUoOSCdcZ5AJ26012Sss/viewanalytics

Figura 61

Encuesta realizada a los Beneficiarios, UTADDEO - TL

26/3/24, 15:05

Encuesta Ecosistema Emprendedor en Diseño de Bogotá (Año 2021 - 2022) / Beneficiarios UTADDEO

Encuesta Ecosistema Emprendedor en Diseño de Bogotá (Año 2021 - 2022) / Beneficiarios UTADDEO

5 respuestas

[Publicar datos de análisis](#)

POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL DE LA ORGANIZACIÓN

¿Cuáles son los servicios que diferencian a esta Organización de otros programas con enfoque en emprendimiento en diseño?

5 respuestas

Que tiene el apoyo de una universidad y que iba dirigido a la creación de un centro de materiales para Bogotá

La asistencia de diseñadores de diferentes academias, generaciones, modelos de negocio et

El respaldo académico. Tener la capacidad de poner profesores en diferentes campos del diseño lo hizo especialmente particular.

Personalización

Todos son muy parecidos



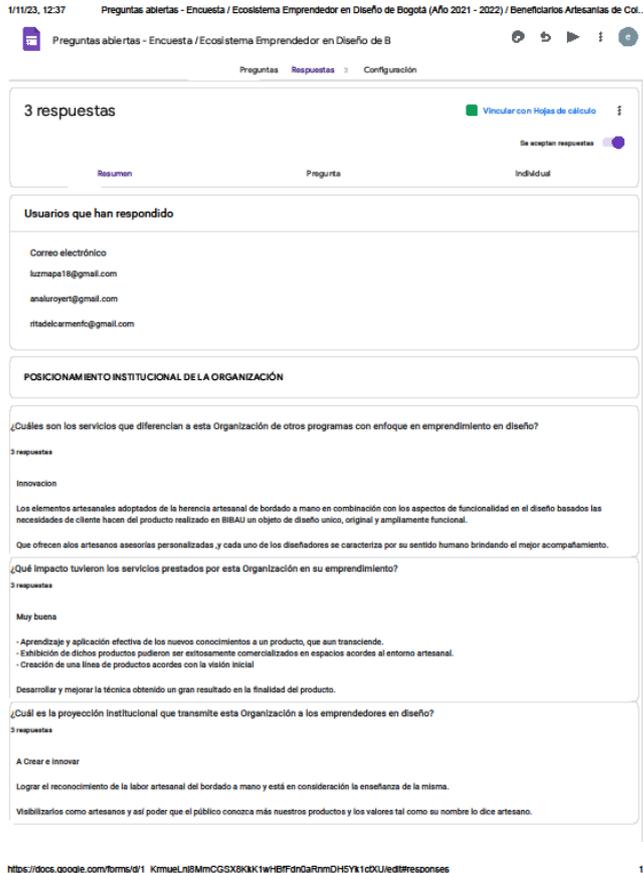
https://docs.google.com/forms/d/1RXWTfrcFccQ-hT-xhGSybnNtzyI-_cGtrVbCG0gQZ3s/viewanalytics

1/13

Nota. Esta encuesta fue realizada a 5 beneficiarios de UTADDEO - TL y se realizó en el año 2023, a través de Google Forms. La misma se puede ver a totalidad, en el siguiente enlace: https://docs.google.com/forms/d/1RXWTfrcFccQ-hT-xhGSybnNtzyI-_cGtrVbCG0gQZ3s/viewanalytics

Figura 62

Encuesta con Preguntas Abiertas realizada a los Beneficiarios, AC - LGSIC



Los servicios que se han diferenciado de parte de Artesanías de Colombia con los artesanos en mi caso en especial han 4:13 p. m.

Codo en asesorías puntuales en los laboratorios de tejeduría, Gama de colores, Diseño y confección mercado y ventas entre otros 7:13 p. m.

2) el impacto que ha beneficio a el taller artesanal de Manos Doradas ha Sido satisfactorio respecto a la innovación y diferenciación de las últimas colecciones por las cuales nos hemos destacado 7:17 p. m.

3) la Proyección institucional que transmite nuestra casa Artesanías de Colombia es muy beneficiosa para el incremento de producción y lo más satisfactorio es una mejor Calidad de vida para nosotros los artesanos y el incremento de recursos financieros logrado está viabilidad económica escalando los objetivos de el proyecto productivo 7:25 p. m.

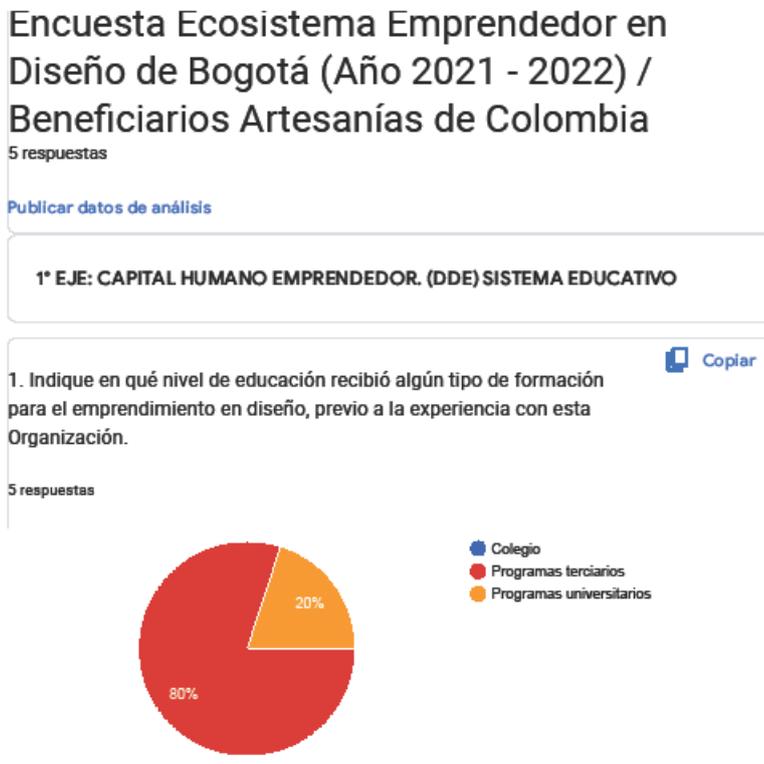
Nota. Esta encuesta con preguntas abiertas fue realizada a 4 beneficiarios de AC - LGSIC y se realizó en el año 2023, a través de Google Forms y Whatsapp. La misma se puede ver a totalidad, en el siguiente enlace: https://docs.google.com/forms/d/1_KrmueLnj8MmCGSX8KkK1wHBfFdn0aRnmDH5Yk1ctXU/viewanalytics

Figura 63

Encuesta con Preguntas Cerradas realizada a los Beneficiarios, AC - LGSIC

26/3/24, 15:07

Encuesta Ecosistema Emprendedor en Diseño de Bogotá (Año 2021 - 2022) / Beneficiarios Artesanías de Colombia



https://docs.google.com/forms/d/1RdnuP-_G4CPYWTfQW3zPjNqjagmA_7_RlktjxKQ93IE/viewanalytics

1/12

Nota. Esta encuesta con preguntas cerradas fue realizada a 5 beneficiarios de AC - LGSIC y se realizó en el año 2023, a través de Google Forms. La misma se puede ver a totalidad, en el siguiente enlace: https://docs.google.com/forms/d/1RdnuP-_G4CPYWTfQW3zPjNqjagmA_7_RlktjxKQ93IE/viewanalytics

Figura 64

Encuesta realizada a los Beneficiarios, CJE - ZM

26/3/24, 15:02 Encuesta Ecosistema Emprendedor en Diseño de Bogotá (Año 2021 - 2022) / Beneficiarios Centro Javeriano de Emprendimiento - P...

Encuesta Ecosistema Emprendedor en Diseño de Bogotá (Año 2021 - 2022) / Beneficiarios Centro Javeriano de Emprendimiento - Programa Zumo Más

4 respuestas

[Publicar datos de análisis](#)

POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL DE LA ORGANIZACIÓN

¿Cuáles son los servicios que diferencian a esta Organización de otros programas con enfoque en emprendimiento en diseño?

4 respuestas

Nuestra misión es comunicar datos socialmente relevantes a través del diseño aplicado en objetos cotidianos

El acompañamiento continuo

No conozco otras pero esta en particular me pareció muy personalizada, es un excelente apoyo a los egresados de la Javeriana.

En Rollo Libre trabajamos proceso de cocreación y laboratorio de cocreación, es decir, el artista se convierte en un guía para que junto con las comunidades se pueden hacer diseños para la intervención de graffiti que motiven al sentido de pertenencia de los territorios

<https://docs.google.com/forms/d/1yHalYeYbR6Ah7X2qRhHrIC4SutRBL4GtRVt9aD-LEXk8/viewanalytics>

1/13

Nota. Esta encuesta fue realizada a 4 beneficiarios de CJE - ZM y se realizó en el año 2023, a través de Google Forms. La misma se puede ver a totalidad, en el siguiente enlace: <https://docs.google.com/forms/d/1yHalYeYbR6Ah7X2qRhHrIC4SutRBL4GtRVt9aD-LEXk8/viewanalytics>

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Herramientas de Recolección y Procesamiento de Datos</i>	25
Tabla 2 <i>Universo, Muestra y Unidad de Análisis</i>	29
Tabla 3 <i>Posicionamiento Institucional de las Organizaciones y Percepción de los Beneficiarios</i>	67
Tabla 4 <i>Análisis de Entrevista a Líderes de las Organizaciones. Posicionamiento Institucional</i>	102
Tabla 5	112
Tabla 6	119

Índice de figuras

Figura 1 <i>Participación de los Beneficiarios en las Organizaciones por Área de Diseño</i> ..	32
Figura 2 <i>Nivel de Educación de los Beneficiarios, Previa a la Experiencia con las Organizaciones</i>	33
Figura 3 <i>Incidencia del Proceso con la Organización; en relación a la Educación Secundaria, Terciaria, o Universitaria, sobre Emprendimiento</i>	33
Figura 4 <i>Grado de Deserción en los Beneficiarios</i>	34
Figura 5 <i>Posibles Causas de Deserción en los Beneficiarios</i>	34
Figura 6 <i>Alternativas para la Visibilización y Valoración de los Emprendimientos, realizadas por las Organizaciones</i>	35
Figura 7 <i>Nivel de Incidencia en la Difusión de Casos a través de los Medios, según los Beneficiarios</i>	36
Figura 8 <i>Nivel de Incidencia en la Realización de Eventos Sociales, según los Beneficiarios</i>	36
Figura 9 <i>Nivel de Incidencia en las Ferias de Emprendimiento, según los Beneficiarios</i> ..	37
Figura 10 <i>Nivel de Incidencia en Emprendimiento como Opción de Carrera, según los Beneficiarios</i>	37
Figura 11 <i>Escala del Fortalecimiento para la Tolerancia al Riesgo, Valoración del Fracaso y Valoración del Éxito en los Emprendedores, según las Organizaciones</i>	38
Figura 12 <i>Factores a Fortalecer en el Proceso llevado a cabo con las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	38
Figura 13 <i>Incidencia del Nivel Socio Económico en el Desempeño de los Emprendimientos, según los Beneficiarios de cada Organización</i>	39

Figura 14 <i>Tipo de Población Étnica a la que Pertenecen los Beneficiarios, según las Organizaciones</i>	40
Figura 15 <i>Grupo Étnico al que Pertenecen los Beneficiarios Encuestados, de cada Organización</i>	40
Figura 16 <i>Participación de los Beneficiarios, según su Género, en las Organizaciones</i> ..	41
Figura 17 <i>Género con el que se Identifican los Beneficiarios Encuestados de las Organizaciones</i>	41
Figura 18 <i>Incidencia de la Participación Extranjera en los Emprendimientos, según Organizaciones</i>	42
Figura 19 <i>Incidencia de la Participación Extranjera en los Emprendimientos de los Beneficiarios</i>	42
Figura 20 <i>Incidencia de la Estructura Organizacional en los Objetivos de los Programas Realizados por las Organizaciones, año 2021 y 2022</i>	43
Figura 21 <i>Incidencia del Equipo Humano de las Organizaciones, en los Objetivos de los Emprendimientos de los Beneficiarios, año 2021 y 2022</i>	44
Figura 22 <i>Incidencia de la Demanda Local de los Emprendimientos Beneficiarios, según Organizaciones, año 2021 y 2022</i>	45
Figura 23 <i>Incidencia de la Demanda Local en los Emprendimientos, según los Beneficiarios, año 2021 y 2022</i>	45
Figura 24 <i>Demanda Actual de Emprendimientos en Diseño, respecto a los Últimos Tres Años en Bogotá (2021-2023), según las Organizaciones</i>	45
Figura 25 <i>Incidencia de la Plataforma CTI en los Emprendimientos Beneficiarios (año 2021 – 2022), según las Organizaciones</i>	46
Figura 26 <i>Incidencia de la Plataforma CTI en el desarrollo de los Emprendimientos (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios</i>	47
Figura 27 <i>Incidencia del Apoyo Institucional (año 2021 - 2022), según las Organizaciones</i>	48
Figura 28 <i>Incidencia en la Vinculación con el Apoyo Local captado por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios</i>	48
Figura 29 <i>Incidencia de la capacitación captada por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios</i>	49
Figura 30 <i>Incidencia del Acompañamiento Captado por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios</i>	49

Figura 31 <i>Incidencia del Networking Captado por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios</i>	50
Figura 32 <i>Incidencia del Apoyo para el Crecimiento, Captado por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios</i>	50
Figura 33 <i>Incidencia de la Vinculación con el Apoyo Extra local, Captado por las Organizaciones (año 2021 - 2022), según los Beneficiarios</i>	51
Figura 34 <i>Tipos de Oportunidades de Articulación con el Ecosistema Emprendedor, Facilitadas por las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	53
Figura 35 <i>Incidencia del Acceso al Capital Social de los Emprendimientos Beneficiarios, según las Organizaciones</i>	54
Figura 36 <i>Incidencia del Clima Colaborativo en el Acceso al Capital Social, según los Beneficiarios de las Organizaciones</i>	54
Figura 37 <i>Incidencia de la Importancia en Diferencias Sociales para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	54
Figura 38 <i>Incidencia de los Espacios de Encuentro para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	55
Figura 39 <i>Incidencia de las Redes Extra Locales para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	55
Figura 40 <i>Incidencia de la Apertura a Foráneos para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	56
Figura 41 <i>Incidencia de las Bases de Confianza para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	56
Figura 42 <i>Incidencia de la Articulación para el Acceso al Capital Social a través de las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	57
Figura 43 <i>Tipo de Entidades con Mayor Participación en la Financiación de las Organizaciones</i>	58
Figura 44 <i>Incidencia del Financiamiento Privado Captado para los Beneficiarios, según las Orga-nizaciones</i>	58
Figura 45 <i>Incidencia del Financiamiento Privado Captado a través de Bancos por las Organizacio-nes, según los Beneficiarios</i>	59
Figura 46 <i>Incidencia del Financiamiento Privado Captado a través de Particulares por las Organi-zaciones, según los Beneficiarios</i>	59
Figura 47 <i>Incidencia del Financiamiento Privado Captado a través de Inversores por las Organiza-ciones, según los Beneficiarios</i>	60

Figura 48 <i>Incidencia del Financiamiento Privado Captado a través de Empresas por las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	60
Figura 49 <i>Incidencia del Financiamiento Público Captado para los Beneficiarios, según las Organizaciones</i>	61
Figura 50 <i>Incidencia del Financiamiento Público, Local para la Expansión, Captado por las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	61
Figura 51 <i>Incidencia del Financiamiento Público, Local para la Creación, Captado por las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	62
Figura 52 <i>Incidencia del Financiamiento Público, Nacional para la Expansión, Captado por las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	62
Figura 53 <i>Incidencia del Financiamiento Público, Nacional para la Creación, Captado por las Organizaciones, según los Beneficiarios</i>	63
Figura 54 <i>Incidencia de las Regulaciones Actuales para el Emprendimiento en Diseño, según las Organizaciones</i>	64
Figura 55 <i>Incidencia de las Regulación Local para el Emprendimiento en Diseño, según los Beneficiarios</i>	65
Figura 56 <i>Incidencia de la Regulación Departamental para el Emprendimiento en Diseño, según los Beneficiarios</i>	65
Figura 57 <i>Incidencia de las Regulación Nacional para el Emprendimiento en Diseño, según los Beneficiarios</i>	66
Figura 58 <i>Incidencia del Desconocimiento de las Regulaciones para el Emprendimiento en Diseño, según los Beneficiarios</i>	66
Figura 59 <i>Encuesta realizada a las Organizaciones de este Estudio</i>	153
Figura 60 <i>Encuesta realizada a los Beneficiarios, SDE - FITIC</i>	154
Figura 61 <i>Encuesta realizada a los Beneficiarios, UTADDO - TL</i>	155
Figura 62 <i>Encuesta con Preguntas Abiertas realizada a los Beneficiarios, AC - LGSIC</i>	156
Figura 63 <i>Encuesta con Preguntas Cerradas realizada a los Beneficiarios, AC - LGSIC</i>	157
Figura 64 <i>Encuesta realizada a los Beneficiarios, CJE - ZM</i>	158