



**ECONOMÍA NARANJA COMO POTENCIADOR DEL PROYECTO DE VIDA DE LOS
Y LAS JÓVENES DE USAQUÉN DE LAS UPZ 09 Y 11**

Asignatura: Metodología de la Investigación

Presenta:

Clara Viviana Jaimes

Diana Rojas Moreno

Fredy Méndez Solaque

Docente:

Armando Alfaro

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN	5
2. INTRODUCCIÓN	5
3. PROBLEMA	7
3.1 Pregunta Inicial	9
3.2 Árbol de Problemas	9
4. JUSTIFICACIÓN	14
4.1 La gerencia Social y La economía Naranja.	15
4.2 Secretaria Distrital de Integración Social	16
4.3 Línea del tiempo y Ruta Normativa	20
4.4 Líneas Destacables De La Gerencia Social	34
4.4.1. <i>Innovación Social</i>	34
4.4.2. <i>Políticas Públicas</i>	36
4.4.3. <i>Participación Ciudadana</i>	37
5. OBJETIVOS	39
5.1 Objetivo General	39
5.2 Objetivo Especifico	39
6. METODOLOGIA	39
6.1 Praxeología	41
6.2 Método	44
6.3 Pertinencia del diseño	45
7. ESTADO DEL ARTE	45
7.1 Emprendimiento Juvenil	50

7.1.1 <i>Visión Internacional</i>	51
7.1.2 <i>Visión Regional</i>	52
7.1.3 <i>Visión Local</i>	53
7.2 Economía Naranja	59
7.2.1 <i>Visión Internacional</i>	61
7.2.2 <i>Visión Regional</i>	61
7.2.3 <i>Visión Local</i>	63
7.3 Emprendimiento Creativo	68
7.3.1 <i>Visión Internacional</i>	70
7.3.2 <i>Visión Regional</i>	71
7.3.3 <i>Visión Local</i>	73
7.4 Marco Teorico	75
8. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	79
8.1 Taller Nominal	80
8.2 Entrevista	80
9. MERCADEO SOCIAL	82
9.1 Diagnóstico de tendencia	84
9.2 Generación de productos y servicios innovadores	102
9.3 Matriz plan de mercadeo	104
9.4 Resultados de la aplicación de los instrumentos	106
10. CONCLUSIONES	107
11. ANEXOS	110
12. REFERENCIAS	142

TABLA DE GRÁFICAS

<i>Figura 1. Árbol de Problemas</i>	10
<i>Figura 2. Grupo Nominal</i>	12
<i>Figura 3. Acciones de Respuesta</i>	14
<i>Figura 4: Fuentes de financiación de jóvenes emprendedores</i>	55
<i>Figura 5: Crecimiento de los macrosectores en emprendimiento</i>	58
<i>Figura 6: Industrias creativas</i>	70
<i>Figura 7: Proyectos de personas entre los 18 y 35 años</i>	76
<i>Figura 8: Marco Normativo sobre la juventud.</i>	79
<i>Figura 9: Relación del emprendimiento juvenil y la economía naranja</i>	80
<i>Figura 10: Circulo virtuoso del crecimiento inclusivo</i>	96
<i>Figura 11: Principios del Comercio Justo</i>	100

TABLA DE IMAGENES

<i>Imagen 1 Logo distintas realidades</i>	106
<i>Imagen 2 Presentación skirlas del rap</i>	106

ECONOMÍA NARANJA COMO POTENCIADOR DEL PROYECTO DE VIDA DE LOS Y LAS JÓVENES E USAQUEN DE LAS UPZ 09 Y 11

Palabras Claves:

Emprendimiento Juvenil, Economía Naranja, Innovación, Política Pública.

1. Resumen

El objetivo de este estudio es realizar un aporte teórico a la documentación existente sobre emprendimiento juvenil y economías naranjas. De esta forma, la primera de las contribuciones que se plantea en este trabajo es el análisis de las políticas que se han establecido sobre los emprendimientos y economías naranjas o creativas y así mismo diferencias entre estos conceptos entre sí, intentando generar una visión general del estado de desarrollo y alcance de las mismas. Sobre esta base, la segunda de las contribuciones que se plantean en este trabajo es la propuesta de un ejercicio de difusión tanto en los jóvenes objetos de estudio como de herramientas que permitan mostrar sus emprendimientos. Así mismo y no menos importante, es revisar desde una mirada de la gerencia social el desarrollo del tema mencionado, donde se realizaran recomendaciones a la entidad encargada la Subdirección para la juventud, la cual es la encargada de difundir y aplicar la política de juventud y por tanto, tener relación con los procesos de los jóvenes en cuanto a emprendimiento desde la mirada del mercadeo social.

2. Introducción

Este trabajo es un acercamiento analítico y documental sobre el emprendimiento juvenil y su relación con la economía naranja, es así como se busca tener una mirada desde la gerencia social

y el impacto que se puede generar en la comunidad de la localidad 01 de Usaquén en las UPZ 09 Verbenal y 11 San Cristóbal la población seleccionada son jóvenes de 18 a 28 años de edad que viven sobre las cerros orientales en barrios como Santa Cecilia, Codito, Buenavista, Cerro Norte, entre otros.

Se desarrollará la investigación desde la línea de innovación social y se abordará la problemática desde los saberes y prácticas de la gerencia social, con base en el análisis de los conceptos, la política pública y la participación ciudadana. Con cada una de ellas, se desarrollaran temáticas propias en el emprendimiento juvenil y la economía naranja. Así mismo se revisará el tema desde el mercadeo social instrumento que complementara la investigación sobre la temática expuesta en este documento, puesto que permitirá por medio del mercadeo social, instrumento de la Gerencia Social el diagnóstico de tendencias, generar recomendaciones a la Subdirección de Juventud de la Secretaria de Integración Social. Adicional de la aplicación de herramientas de Taller Nominal y Entrevista a población objeto y experto, que permite el análisis de las realidades en las cuales los jóvenes objeto de estudio desarrollan sus actividades y la visión de esta misma realidad desde el Subdirector de Juventud experto en estas temáticas.

Para este acercamiento es necesario revisar históricamente cuales han sido los apoyos por parte de las entidades públicas, en este caso la Subdirección de juventud de la Secretaría de integración social y privadas que generan apoyo e incentivos para las actividades culturales en las cuales se permite la participación de los jóvenes, es así como se inicia con una mirada internacional desde las directrices de la ONU (Organización de Naciones Unidas) y de esta manera, cual ha sido su efecto a nivel internacional y así mismo en Latinoamérica, de esta forma podremos ver sus resultados a nivel nacional y más específicamente a nivel local en Bogotá, y

cómo se han implementado las políticas de juventud como una respuesta a la ocupación, el desempleo, la violencia, entre otros.

3. Problema

Los y las jóvenes de 18 a 28 años de la localidad de Usaquén de los estratos 1 y 2 que viven en las UPZ 09 Verbenal y 11 San Cristóbal oriental, no cuentan con las herramientas para fortalecer sus procesos de emprendimiento que son basados en actividades culturales. Se han identificado oportunidades para que los jóvenes a partir del ejercicio de actividades culturales desarrollen emprendimientos, por lo cual se requieren mecanismos que permitan un desarrollo y difusión de las mismas como oportunidad productiva para su proyecto de vida.

Por consiguiente, es importante explorar las estrategias existentes sobre normativas, entidades y construcción social, las cuales pueden generar un impacto sostenible en los proyectos de los y las jóvenes, las cuales pueden ser fortalecidas desde la participación activa en organizaciones, empresas públicas y privadas, consejos locales y distritales de juventud entre otros.

La problemática que se ha evidenciado con respecto a los emprendimientos juveniles que parten de una base artística, es que algunos de ellos aunque realizan una actividad que les podría representar un sustento diario, pero no saben cómo potenciarlo para que puedan ser reconocidos y así mismo pueda desarrollar su proyecto de vida en los espacios urbanos seleccionados. Pero, lo que se presenta es que como nos indica Licha (2002):

La exclusión alude a la condición de quienes no tienen los medios para participar en la vida económica, social, política y cultural de una sociedad(...). A nivel económico, se refiere a la baja capacidad de acceso de los pobres al mercado laboral, debido a su escasa calificación. A nivel político consiste en la no participación de la población

pobre en las decisiones públicas. A nivel social es la distinción entre integrados y excluidos, que dualiza la sociedad, reflejándose en la infraestructura pública, los estándares educativos, la restricción a ciertos tipos de trabajo las áreas restringidas de residencia, las barreras al intercambio, creando a su paso un orden de separación social. En el nivel cultural es la discriminación por razones étnicas, generacionales, territoriales o de género. (p. 83)

Así es como según Kantis (2016) Los jóvenes constituyen un segmento poblacional de importancia estratégica para el desarrollo del emprendimiento, dado que contar con capital humano emprendedor requiere forjar vocaciones y competencias en la gente desde edades tempranas”. (p. 15) por tal razón, es importante destacar las nuevas formas económicas generadas a través de las diferentes expresiones artísticas, en espacios con mayor afluencia de público, creando una pequeña fuente de ingresos, sin futuro alguno en beneficio monetario que represente ideas concretas ante su proyecto de vida.

Por consiguiente la problemática que se observa en las UPZ 09 Verbenal y 11 San Cristóbal oriental surge en los y las Jóvenes con grandes habilidades en el teatro, grafiti, música, pintura entre otros; donde no saben cómo estructurar su proceso creativo para llegar a ser una fuente de ingresos sustentable en sus vidas. Así, nos indica Licha (2002):

La pobreza limita las oportunidades educativas. En la región se registran brechas educativas importantes y significativas entre ricos y pobres, observándose que a mayor desigualdad de ingreso, mayor brecha educativa y viceversa. (...). Factores directamente relacionados con la pobreza explican los bajos niveles educativos de esta población: condiciones precarias de salud y vida, presiones económicas sobre niños (rurales) para trabajar, embarazos de adolescentes, etc. (p. 92)

Los cuales también influyen en la libertad que tienen estos jóvenes para crear sus procesos pues el tiempo de ocio o tiempo de creación que se emplea en estas actividades es reducido por las necesidades que ellos deben cubrir desde sus trabajos formales los cuales en la mayoría de los casos no tiene conexión con su vocación artística.

Así mismo es importante reconocer los factores que pueden determinar las habilidades y saberes de los y las jóvenes para emprender un proyecto de vida acorde a su medio político, social y cultural, permitiendo una participación activa, incluyente, asertiva en la sostenibilidad económica y personal en el territorio de las UPZ Verbenal y San Cristóbal Oriental.

3.1 *Pregunta inicial*

¿De qué manera los jóvenes de las UPZ 09 y 11 de Usaquéen pueden convertir sus actividades culturales en emprendimientos de economía naranja?

3.2 *Árbol de problemas*

El siguiente cuadro se realiza después de analizar y compilar la información obtenida en la entrevista al experto en juventud por parte de la Secretaría Distrital de Integración Social – Subdirección para la juventud, el Subdirector Fady Villegas Cure; la perspectiva interna que se tiene de la Subdirección para la juventud por parte de la autora Diana Rojas quien hace parte del equipo territorial de la Subdirección anteriormente mencionada; y la entrevista a los jóvenes que tienen procesos de emprendimiento cultural en la localidad. Obteniendo el siguiente cuadro el cual da indicios de las problemáticas mas fuertes que se tiene en cuando al posicionamiento de la entidad en el territorio y la oferta que se tiene en la localidad estudiada.

Figura 1. Árbol de Problemas



Fuente: Por los investigadores del documento. Análisis de variables asociadas al desarrollo de la economía naranja desde la Subdirección para la Juventud, según 3 perspectivas.

Después de realizar un dialogo con un experto en temas de juventud, jóvenes que tienen procesos de emprendimiento cultural se logran establecer algunas problemáticas asociadas al papel que tienen las entidades para lograr que la economía naranja sea un aportante a la vida de los jóvenes como generador de recursos y así mejorar su calidad de vida y la de sus redes de apoyo cercanas.

Se logran establecer causas y efectos frente a las relaciones que se dan desde los jóvenes hacia las entidades y viceversa, donde se establece que el reconocimiento de las entidades como actores que pueden apoyar este tipo de acciones puede generar una cadena de factores que no permiten la promoción de los procesos artísticos de los y las jóvenes de la localidad de Usaquén

Taller de Grupo nominal

La realización del grupo nominal se hace con la escuela Distintas Realidades la cual se dedica a la creación de espacios artísticos desde la danza en el barrio Horizontes de la UPZ 09 de la localidad de Usaquén. El taller se realiza con 8 jóvenes los cuales han tenido diferentes experiencias culturales desde la autogestión y la participación en espacios liderados por diferentes entidades distritales.

Esta herramienta de recolección de información tiene como objetivo obtener la visión por parte de los jóvenes sobre el acompañamiento que se da desde la Subdirección para la Juventud en relación a las prácticas artísticas que estos desempeñan, reconociéndolas como acciones encaminadas al desarrollo de la economía naranja. Se logra identificar que no se cuenta con el reconocimiento de las normativas que permiten una mayor participación de los jóvenes en espacios de diálogo en este caso con la Subdirección para la Juventud de la SDIS, como rector de la Política Pública de Juventud en el Distrito.

Figura 2. Grupo Nominal

¿Identifica actividades artísticas en Usaquén?	¿Reconoce a las entidades que apoyan?	¿Sabe que es un emprendimiento? Explique	¿Sabe que es economía naranja o creativa?	¿Conoce una política o normativa que promueva la cultura?	¿Han participado en actividades artísticas lideradas por el distrito?
He visto graffiti, pintura liderada por jóvenes	La alcaldía e IDARTES	Forma de crear o formar un proceso por medio de un objetivo claro	No pero pienso que tiene que ver con las artes	No	Fui a una actividad en plaza de artesanos
Danza, cantantes, pintura, teatro, raperos, dirigidos por jóvenes	IDARTES y la alcaldía	Tener la capacidad de crear, innovar y realizar un trabajo, una idea, un proyecto con la finalidad de hacer negocios comunes	No, me imagino que tiene que ver con el arte por medio del trabajo	IDARTES	Fui a una actividad en plaza de artesanos 2013
Graffiti, movimientos ambientales, actividades lúdicas para adulto mayor	Ninguna	Movimientos sociales que comúnmente los realizan los jóvenes para hacer actividades diferentes que permitan a otras personas incluirse y lograr ser líderes para cambios sociales	No tengo conocimiento pero creo que tiene que ver con actividades artísticas	Festival artístico Salesiano, permite actividades y concursos a estudiantes de colegio Don Bosco	Si, localidad de Bosa evento LGTBI, plaza de artesanos, IDARTES
Si, graffiteros, y la academia distintas realidades	No reconozco que apoyen a la cultura en el barrio	Es el aprendizaje que actualmente le doy a mis alumnos a través de mí y me educó para poder enseñar	No pero creo que cualquier arte se puede vender o hacer economía	No	Si, alcaldía de Marino (Venezuela), eventos de fechas importantes del país
Si, personas que realizan graffiti, que bailan en su mayoría jóvenes	No conozco entidades que apoyen en estas artes	Cuando una persona tiene una idea y la quiere poner en práctica como manera de salir adelante	No, pero pienso que la creatividad es algo que imaginas y realizas	No	No
Si, grupos de danza, semana por la paz, grupos artísticos de jóvenes	No hay instituciones que sepan de los procesos que trabajamos motivados por pasión	Estilo de vida que da un orden a la hora de realizar o planear objetivos y general recursos	No, pero escuche que tiene que ver con las artes	IDARTES, IDRD	Si, IDARTES: premio danza del mundo, tradición y proyección. Beca con la OIT
Si danza, música, artistas de graffiti	Si hay pero no tengo conocimiento de cómo se maneja o quienes son	Recreación con los jóvenes, niños o adultos puede ser para promocionar un producto o evento	No pero algo creativo es algo que tiene talento	Si, IDARTES, ASOCAR, IDRD	Si, IDARTES: premio danza del mundo, tradición y proyección
He visto danza y graffiteros	No he visto ninguna institución, no conozco	No se	No	No	No

¿Cree que sus expresiones artísticas le podrían generar un ingreso económico?	¿Cómo lo haría?	¿De quienes necesita apoyo?	¿Cree que sus expresiones artísticas le podrían generar un ingreso económico?	¿Cómo lo haría?	¿De quienes necesita apoyo?
Si, por la fuerza que tenemos cada uno, somos un complemento	Me daría calidad de vida y oportunidades en mi futuro	Del Estado, la comunidad, nuestras familias	Si a través de presentaciones, teniendo publicidad para que nos contraten	Incentivar a las personas para que conozcan la danza, publicidad	Entidades (alcaldía), personas de la comunidad
Si	Mostrando nuestro talento y así generar ingresos	Me apoyan mis papas y hermanos	Si, pero no hay leyes que generen bienestar a los artistas pero se gasta el presupuesto en manutención. Falta presencia de las instituciones	Autogestión y orden, formación y educación	Gobierno, comunidad, las familias, universidades
Si, hubo participando en eventos, buscando ser reconocidos. Disciplina, trabajo en equipo reconocer también a las personas	Con valores, disciplina, que el grupo crezca en personas y trabajo	Universidades, comunidad y familias	Si porque por medio del arte ofrecemos nuestro talento, tanto grupal como individual	Mostrar el talento, invitar a mas personas, redes sociales	Gobierno, alcaldía, familias, comunidad, colegios, universidades
Si, por mi proyección. También me ha abierto puertas como la academia, dicte clases privadas y me generaba ingresos	Nutrirnos de conocimiento, por medio de la experiencias aprendí y di clases	Familias, asociaciones de la comunidad y el Estado	Si, por el que tenemos y la disciplina de ser mejores cada día	Trabajar fuerte, mostrar nuestro potencial a la localidad	Familias, comunidad, alcaldía, periódicos, canales de TV

Fuente: Por los investigadores del documento. Consolidación de las respuestas obtenidas por parte de los jóvenes que participaron de la herramienta de recolección de información.

- El siguiente esquema muestra una relación de lo dialogado tanto con el experto por parte de la Subdirección para la Juventud (Fady Villegas) y por los dos procesos de emprendimiento cultural que se identificaron en las dos UPZ propuestas desde el inicio de la investigación, en donde se lograron concluir problemáticas en común que al ser trabajadas con los dos actores se lograron extraer algunas propuestas en búsqueda acciones integrales para el fortalecimiento de la entidad frente a la población objeto (jóvenes con emprendimientos culturales).

- En este caso la herramienta de recolección de información que se utiliza es la entrevista mediante la cual se indagan diferentes temas que resultan estar encadenados unos a otros, lo cual permite identificar factores en común para el diligenciamiento de la matriz DOFA que se encuentra en los anexos del documento.

Figura 3. Acciones de Respuesta

CAUSA	CONSECUENCIA	INDICADOR	ACCIÓN
	PROBLEMA1: POCO RECONOCIMIENTO DE LA ENTIDAD	No se cuenta con una estrategia comunicativa hacia la población objeto, no se cuenta con un lugar para los jóvenes.	Bajo interés en participar, no hay oferta para los jóvenes, no hay recordación de la entidad.
		Cantidad de acciones realizadas en territorio x cantidad de jóvenes vinculados a las acciones.	Generar estrategias comunicativas en pro de dar a conocer la oferta de entidad, identificar actores para establecer alianzas.
	PROBLEMA 2: NO SE CUENTA CON PRESUPUESTO PARA LA PUBLICIDAD	Se priorizan otras acciones, no se esta dando a conocer el trabajo que se tiene con los jóvenes, no se cuenta con alianzas PP.	Poco reconocimiento del Proyecto 1116, la oferta no reconocida por los jóvenes, baja participación en otros espacios
		Inversión anual en estrategias comunicativas x cantidad de jóvenes participantes de procesos de la entidad.	Establecer desde el inicio del proyección un rubro para la estrategia de comunicación, identificar que oferta se da para las localidades donde no se tiene Casa de Juventud.
	PROBLEMA3: MODIFICACIÓN CONSTANTE EN LA INFORMACIÓN A ESCALAR EN TERRITORIO	Tiempos institucionales diferentes a los tiempos de acciones en territorio, no se tiene claridad de que hace la Subdirección por parte de los jóvenes.	Falta de credibilidad en la entidad, desconocimiento de las acciones ejecutadas por la Subdirección, poco interes en participar de los espacios propuestos.
		-	Creación de estrategias encaminadas a comunicar las acciones adelantadas por la subdirección.
	PROBLEMA 4: CRONOGRAMAS DE TRABAJO MODIFICADOS DE FORMA CONSTANTE	Falta de planeación anual, no se conoce la oferta territorial que se enlace con las acciones institucionales.	Poco reconocimiento de los espacios de participación que promueve la subdirección, credibilidad de la entidad, baja participación
		Numero de acciones proyectadas x numero de acciones realizadas en tiempo proyectado.	Crear un cronograma de trabajo donde estén las acciones que se proponen desde la Subdirección junto con la oferta territorial.
	PROBLEMA 5: ACCESO LIMITADO A LA INFORMACIÓN POR TIEMPOS ADMINISTRATIVOS EN RELACIÓN A NORMATIVAS	Desconocimiento de las acciones ejecutadas por la subdirección, poca comunicación con algunos sectores poblacionales.	credibilidad de la entidad, distanciamiento de la población objetivo.
		-	Promover acciones que mejoren la imagen de la entidad por medio de la promoción de las acciones que se realizan con los jóvenes que hacen parte de los procesos.
	PROBLEMA 6: CONCENTRACIÓN DE SERVICIOS EN ALGUNAS LOCALIDADES	No hay espacios de los jóvenes relacionen con la entidad, no se cuenta con oferta en todos los territorios, priorización de localidades.	Poco reconocimiento de la entidad, falta de participación en espacios distritales.
		Localidades con servicios de la Subdirección x numero de Jóvenes por localidad.	Establecer estrategias específicas en los territorios donde no se cuenta con casas de la juventud para tener mayor presencia y reconocimiento a nivel distrital.

PROBLEMAS IDENTIFICADOS SEGÚN:
 - JÓVENES
 - EXPERTO
 - VISIÓN INTERNA

Fuente: Por los investigadores del documento. Se ilustra el cruce de las problemáticas establecidas por todos los actores participantes del proceso investigativo y se concluyen acciones integrales de atención dar soluciones a las mismas.

4. Justificación

Con esta investigación, se busca mostrar los nuevos desafíos que presentan las economías alternativas que hasta ahora están siendo reguladas en el país por medio de su normativa en leyes y decretos. Este documento muestra la forma en que los emprendimientos naranjas pueden llegar a convertirse en proyecto de vida de manera alternativa al que la realidad le presenta a los jóvenes de acuerdo a su condición sociocultural y a los saberes artísticos que los jóvenes pueden llegar a poseer o aprender.

Es por esto, que la participación desde los espacios que el Estado y las entidades privadas brinda debe ser aprovechada por aquella población que busca generar un proyecto de vida con respecto a este tipo de economía. Por ello, los jóvenes deben ser la prioridad, para que tengan espacios donde participen con su oferta de manera presencial o virtual, donde se visibilicen, pues si bien en Colombia en la actualidad existen espacios de participación como los hippy markets, congresos de emprendimiento y tecnología, Salón del Ocio y la Fantasía (SOFA), actividades al parque, entre otras, no son de conocimiento de todos y la ley que lo regula que es nueva de mayo de 2017 “Ley naranja” aun no es tan fuerte en su difusión y alcance mientras se consolida en los espacios público-privados.

En este sentido, mostraremos como a partir del recorrido histórico de mitad del siglo XX a la actualidad se ha desarrollado el proceso normativo para la regulación e incentivación de este sector de la economía, sin no antes tener presente de donde nace y porque se crea la entidad que

rige la normatividad y política pública para la juventud en el distrito La Secretaría Distrital de Integración Social.

4.1 La gerencia Social y La economía Naranja.

Desde los trabajos de Bernardo Klingsberg hasta otros teóricos del desarrollo y la economía, se pueden encontrar nuevas propuestas que apuntan a economías sustentadas en el desarrollo Local según Di Pietro (2001) es revalorizar el capital humano y el capital social como factores claves para el desarrollo.” (p. 18), es así como desde el emprendimiento juvenil en economías naranjas se debe fortalecer a esta población donde sus saberes culturales buscan potenciar su desarrollo y así mismo generar aportes a su proyecto de vida. Puesto que al realizar actividades de fortalecimiento desde lo local ayudara a disminuir las brechas, las cuales mostraran índices menores de desigualdad en estos grupos, que ayudaran a aumentar el desarrollo de sus núcleos donde sus proyectos tomaran fuerza y ellos mismo podrán auto gestionar sus expresiones artísticas.

Así vemos como la Gerencia social, en este ámbito de investigación como nos indica Navarro (2015) el objeto de guiar y dirigir las organizaciones del sector social gubernamental y no gubernamental hacia el logro de su misión, sus objetivos y metas en un ambiente complejo, cambiante, haciendo un uso eficiente y eficaz de los recursos. (p. 8); en este caso factor clave para articular los procesos de economías naranjas como mencionamos anteriormente con los jóvenes, pues como nos indica Navarro (2015) El nuevo paradigma de gerencia social, propone romper esquemas mentales y organizacionales rígidos que nos conduzcan a forma de

organización que estimulen la creatividad, la innovación y el cambio, tan necesarios en la resolución de los problemas sociales de nuestras sociedades.(p. 1)

Es así como para la Gerencia Social, debe ser un reto como afirma Navarro (2015):

Aprovechar el potencial de todos los actores sociales en el desarrollo de las políticas del sector, sino diseñar instrumentos y procedimientos que le permitan a todos los actores convenirse en sujetos políticos activos en la definición, gestión y control de las políticas sociales. Muchos de los programas y proyectos de desarrollo social fracasan por “la incapacidad de reconocer los factores sociales y de visualizar a las personas como seres que contribuyen a su propio desarrollo”. (p. 10)

Así revisaremos en la subdirección de Juventud de la Secretaría de integración social el mapeo existente de la población objeto de estudio y así poder analizar el cubrimiento que este presenta en el territorio local para el caso de este estudio.

4.2 Secretaría Distrital de Integración Social

Esta investigación se concentra en la caracterización de las acciones territorializadas por parte de la Secretaría Distrital de Integración Social (SDIS) – Subdirección para la Juventud, esto con la finalidad de aportar a la Subdirección las acciones a tomar para el fortalecimiento de la economía naranja desde uno de los componentes que tienen dentro de su plan de trabajo que corresponde, a la dimensión de Oportunidades para los Jóvenes, ya que una de las particularidades de la localidad 01 de Usaquén es que no cuenta con Casa de la Juventud, esto permite que se den otras dinámicas o no de reconocimiento de la institución desde el territorio. Por consiguiente se realizará un acercamiento a la entidad desde su accionar más amplio hasta la caracterización de las acciones encaminadas a los y las jóvenes de Bogotá.

La Secretaría Distrital de Integración Social (SDIS) se clasifica como un actor público estatal puesto que este pertenece al aparato del Estado y gestiona un bien público en la forma de políticas y responde al interés general de la ciudadanía.

Los inicios de la entidad se remontan al año 1960, el Consejo de Bogotá por medio del Acuerdo 78 de 1960 crea el Departamento Administrativo de Protección y Asistencia Social, como respuesta a las necesidades sociales que se presentan en la ciudad de Bogotá en relación a la asistencia y protección a la primera infancia, madres, personas mayores, habitantes de calle y atención psicosocial; trabajo enmarcado en 5 lineamientos que permiten la atención de la población mencionada.

Ya con el Decreto 630 de 1991 se crean los “Comedores Juveniles”, y es allí donde se logra evidenciar el papel de las juventudes en el Departamento Administrativo de Bienestar Social. Esta normatividad tiene como objetivo fortalecer procesos organizativos y participativos con el fin de elevar la calidad de vida a través de servicios sociales integrados, en este caso se oferta un servicio de nutrición y atención complementaria para población de 7 a 14 años que cuenten con escasos recursos socio-económicos. Algunas de las acciones propuestas para trabajar con la comunidad es el desarrollo físico, acciones de prevención, actividades culturales y académicas en las jornadas contrarias a la escolar.

Para el año 2006 con el Decreto 556 determina el objetivo, la estructura organizacional y funciones de la Secretaría Distrital de Integración Social, dejando atrás al Departamento Administrativo de Bienestar Social, este cambio trae consigo autonomía a nivel financiero y administrativo para la entidad. De acuerdo a la Alcaldía Mayor de Bogotá (2006) Artículo 23°. Subdirección para la Juventud. Son funciones de la Subdirección para la Juventud de la Secretaría Distrital de Integración Social, las siguientes:

- a) Asesorar a la Dirección Poblacional en todos sus los cuales se prestan al grupo de población de jóvenes sujetos de atención.
- b) Proponer a la Dirección Poblacional los insumos y recursos requeridos para el área de su competencia.
- c) Brindar a la Dirección Poblacional mecanismos para las actividades que se prestan directamente o a través de convenios o contratos con organizaciones públicas o privadas a los jóvenes.
- d) Asesorar a la Dirección Poblacional en coordinación con la Dirección de Análisis y Diseño Estratégico, la Dirección Territorial y las demás Subdirecciones, en la realización de los estudios, análisis e investigaciones.
- e) Participar en coordinación con la Oficina Asesora de Comunicaciones en la definición de los procesos comunicativos y campañas institucionales.
- f) Establecer los métodos y procedimientos para verificar y evaluar la operación de los programas, proyectos y servicios de su área en el marco de los lineamientos políticas, enfoques, estrategias, procesos y procedimientos definidos por la entidad.
- g) Orientar la aplicación de los procesos y procedimientos necesarios para que los diferentes proyectos y servicios que presta la Secretaría a través de la Subdirección.
- h) Establecer e implementar procedimientos, herramientas y controles que garanticen los flujos de información necesarios.

De acuerdo a la SDIS Subdirección para la Juventud (2017) actualmente se presentan con:
El enfoque de derechos exige la construcción de las condiciones para el ejercicio efectivo, progresivo y sostenible de los derechos fundamentales enunciados en la Constitución Política de 1991 y en los Tratados internacionales reconocidos por Colombia. Este enfoque, parte del entendimiento efectivo, integral, interdependiente y transversal de los derechos políticos y civiles, económicos, sociales y culturales y los colectivos, así como sus dimensiones de promoción, protección, restitución y garantía.

Principios: universalidad, equidad de mujer y géneros, participación con decisión, inclusión y promoción de la diversidad, integralidad, territorialidad, reconocimiento del simbolismo cultural, Corresponsabilidad y concurrencia, Gerencia pública y Humana, Descentralización, Contextualización de las acciones, Seguimiento integral, Difusión.

Objetivo General: La Política Pública de Juventud de Bogotá D.C., 2006-2016, tendrá como fin la promoción, protección, restitución y garantía de los derechos humanos de los y las jóvenes en función de su ejercicio efectivo, progresivo y sostenible, mediante la ampliación de las oportunidades y el fortalecimiento de las potencialidades individuales y colectivas.

Observaciones: La Secretaria Distrital de Integración Social lidera el proceso de formulación de la nueva Política Pública de Juventud 2017-2027.

Nombre Del Proyecto: Distrito Joven

Gerencia Del Proyecto: Dirección Poblacional – Subdirección para la Juventud.

Objetivo: Fortalecer el desarrollo de capacidades y generación de oportunidades para la juventud en Bogotá, a través de acciones encaminadas al empoderamiento de la política pública juvenil y la garantía de los derechos de los y las jóvenes para el goce efectivo de su ciudadanía.

Objetivos Específicos

Aportar en la garantía del desarrollo de la ciudadanía juvenil en la ciudad.

Prevenir los factores de riesgo de utilización y vinculación en redes de ilegalidad; el consumo de sustancias psicoactivas -SPA, violencias múltiples, la explotación sexual, el ciberabuso, la habitabilidad en calle o en riesgo de habitar en calle.

Promover el talento joven con la generación de oportunidades para el desarrollo de las competencias.

Con el objetivo de aportar a la dimensión de oportunidades que tiene la Subdirección para la Juventud se identifica por medio de la Ficha EBI – D con Versión del 13 de enero del 2018 del proyecto 116 Distrito Joven, que se refiere a la dimensión anteriormente enunciada como el desarrollo de la ciudadanía juvenil y la generación de competencias laborales, mediante procesos formativos y vinculantes a ámbito laboral; todo esto se da desde el establecimiento de alianzas públicas, privadas y de carácter intersectorial.

4.3 Línea del tiempo y Ruta Normativa

Naciones Unidas 1985. / Año internacional de la juventud participación, desarrollo y paz. La globalización, las transformaciones de la economía mundial, la pobreza, el desempleo y la desintegración social fueron los hechos que impulsaron el debate y pusieron en el tapete el redimensionamiento de los aspectos sociales del desarrollo, poniendo énfasis en los países menos desarrollados y más aislados. Es así como la editorial de la revista facultad de derecho y ciencias políticas. Cita a Juan Pablo II (1985):

La juventud actual debe saber que no hay que esperar mañana para comenzar esta tarea insustituible de preparación integral humana. ¡Ese futuro comienza hoy, ese mañana empieza ya! El paso inicial de la larga jornada de la vida hay que darlo ya. El Concilio Ecuménico Vaticano Segundo habla así a los jóvenes: "Los jóvenes ejercen en la sociedad moderna un influjo de gran interés. Las circunstancias de su vida, el modo de pensar e incluso las mismas relaciones con la propia familia han cambiado mucho. Muchas veces pasan demasiado rápidamente a una nueva condición social y económica. Pero al paso que aumenta de día en día su influjo social, e incluso político, se ven como incapacitados para sobrellevar convenientemente esas nuevas cargas. (p.8)

1990 CPJMF (Consejería Presidencial para la juventud, la mujer y la familia)./

Creación de la CPJMF. con el objetivo de dar cumplimiento a la Convención para la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer, así como a otros compromisos de orden internacional, y como respuesta a solicitudes del movimiento social de mujeres de Colombia. No obstante, la convención busca trabajar temas los Estados Partes en los Pactos Internacionales de Derechos Humanos tienen la obligación de garantizar al hombre y la mujer la igualdad en el goce de todos los derechos económicos, sociales, culturales, civiles y políticos (párr. 22). Políticas que se verán reflejadas en la consejería en mención.

Así, encontramos el caso de Ana Milena Muñoz fue la primera profesional esposa de un presidente. Economista de la Universidad de los Andes, se casó en 1978 con César Gaviria, elegido en 1990. A los 35 años, ya con dos hijos, llegó al Palacio de Nariño. Su logro más importante fue la creación de Colfuturo, fundación que otorga becas para estudios en el exterior a los jóvenes colombianos. La Fundación Nacional Batuta, la “niña de sus ojos”, es un proyecto dedicado a la educación musical de jóvenes marginados. El Banco Social lidera programas de

prevención y atención de salud, entre otros. Por iniciativa de Ana Milena, se creó la Consejería para la Juventud, la Mujer y la Familia. Ninguna Primera Dama ha tenido la figuración de Ana Milena en el exterior.

Conpes 2626 De 1992./ Se presenta una política que busca brindar condiciones para la incorporación de los jóvenes a la vida social, fortalecer su papel como actores del desarrollo. Puesto que para este momento representaban cerca de 10 millones de jóvenes entre los 12 y 24 años. Se podía observar en esta época altas tasas de desempleo como lo indica el CONPES (1992) del DANE (1991): La vinculación de los jóvenes al mercado de trabajo se caracteriza por altas tasas de desempleo (20%) resultantes de sus prolongados períodos de búsqueda de empleo por primera vez. Estas tasas son mayores para los jóvenes de hogares de bajos ingresos.

Adicionalmente, durante las primeras etapas de su vida laboral, los jóvenes se vinculan en una alta proporción al sector informal. El empleo es de tipo no asalariado (50.5%), doméstico (20.5%) o familiar (14%), caracterizado por bajos ingresos (párr. 7). Así como la movilización de los jóvenes hacia los temas culturales y recreativos no fue eficiente y más con los fenómenos delincuenciales existentes. A través de este Conpes se logró activar la Política de emergencia en la que busca recuperar a jóvenes por fuera del sistema que no acceden a ninguna oferta institucional y están en riesgo de vivir una vida de exclusión extrema o de ser socializados por competidores del Estado, como aquellos en grupos armados ilegales, drogadicción, prostitución y situación de cárcel, etc.

Conpes 2794 De 1995. / Se destaca allí la política nacional de juventud basada en el reconocimiento del joven como sujeto de derechos y deberes. Desde su implementación se ampliaron los espacios de participación, ya generados en algunos municipios, en decisiones

locales relativas a la política de juventud y a otros asuntos públicos, y se valida la capacidad de los jóvenes de incidir positivamente sobre la institucionalidad pública. Para este efecto se retomaron experiencias como la de Opción Colombia, que ha demostrado la viabilidad de programas en los cuales el joven participa y se integra al desarrollo de proyectos específicos de las comunidades.

Ley 375 De 1997. / Ley de la juventud; Los jóvenes por primera vez están constituidos como una fuerza participativa y no como simples sujetos de aplicación de las políticas definidas desde el Estado. Así encontramos el caso Diana Espinosa recordó que la Ley 375 está estrechamente ligada a la Constitución de 1991 pues los jóvenes por primera vez están constituidos como una fuerza participativa y no como simples sujetos de aplicación de las políticas definidas desde el Estado, sin embargo muchos de sus instrumentos lastimosamente están subutilizados o no implementados.

Con la nueva normativa se están diseñando mecanismos de comunicación transversal para que la perspectiva de juventud se tenga en cuenta a la hora de definir políticas públicas en todos los sectores.

Decreto 822 De 2000. / Se crea en el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República el Programa Presidencial para el Sistema Nacional de Juventud "Colombia Joven". Busca promover la política pública de juventud en la nación y el territorio; fomenta la participación de los jóvenes en los diferentes espacios institucionales; consolida el Sistema de Información y Gestión de Conocimiento SNIGCAJ, articula la oferta pública institucional de juventud y promueve oportunidades socioeconómicas para la juventud. Se presento un caso para el primer año de operación del Programa Presidencial, se han realizado esfuerzos en torno a

servicios integrados para los jóvenes, apoyo al tema laboral, apoyo y fortalecimiento de la organización, participación juvenil (Consejos y casas de juventud) y desarrollo de políticas públicas de juventud en los diferentes entes territoriales, impulso de acciones para la promoción juvenil y de estrategias de prevención integral, actividades de cooperación internacional.

Ley 789 De 2002./ Se crea el Fondo Emprender. Como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, el cual será administrado por esta entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales que su formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones. El año 2003, ha sido testigo de una recuperación de la economía colombiana, esto se ha visto reflejado en los principales indicadores del mercado laboral: la tasa de desempleo disminuyó para este año y la de ocupación subiendo.

Conpes 3297 De 2004./ Definió como los “proyectos e iniciativas que buscan eliminar los obstáculos que enfrenta el sector productivo durante su operación y crear condiciones favorables para su desempeño”. El gobierno buscó la participación del sector público nacional, regional y local, el sector privado, las organizaciones solidarias, los trabajadores y la academia. Debido a la procedencia de los recursos y la naturaleza transversal de la Agenda, se escogió al DNP como ente facilitador para convocar y coordinar a los agentes involucrados.

Conpes 3424 De 2006. Banca de las Oportunidades. Una política para promover el acceso al crédito y a los demás servicios financieros buscando equidad social. Hace énfasis en direccionar los servicios a “los grupos de población conformados por las familias de menores ingresos, las madres comunitarias, mujeres cabeza de hogar, y las familias de habitantes de la

calle desplazados, los microempresarios, la población vulnerable, las pequeñas y medianas empresas y los emprendedores que actualmente no están adecuadamente atendidos.” En el 2007, con recursos de USAID, se contrató a Econometría para realizar un estudio sobre el crédito informal cuyo objeto fue la evaluación de las características y condiciones del mercado de crédito informal en Colombia y, su efecto sobre la población de bajos ingresos tanto urbana como rural.

El estudio, entregado a inicios de 2008, se dirigió hacia la población que vive en estratos 1, 2 y 3 y que equivalen aproximadamente a 7 millones de hogares. La Contraloría Delegada para la Gestión Pública e Instituciones Financieras Dirección de Estudios Sectoriales 33,97% de estos hogares se encuentran en municipios con presencia de entidades financieras y el 80% en municipios urbanos.

Ley 1014 De 2006. /De fomento a la cultura del emprendimiento. Pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes, desde preescolar hasta la universidad, y hacer de ellas personas capacitadas para innovar y generar bienes y servicios dirigidos a formar competencias empresariales. Esta ley se rige por varios principios de formación integral del ser humano: fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo, reconocimiento de responsabilidades y apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde lo social, cultural, ambiental y regional. Desde los formadores de empresa caso que se presenta desde Juan Carlos Rodríguez, director del programa "Bogotá Emprende", cuenta que los colombianos tienen una de las tasas de emprendimiento más altas de América Latina, razón por la cual, desde el exitoso programa que lidera, ofrecen por medio de la Cámara de Comercio asesoría y apoyo empresarial a cada uno de los bogotanos que tienen las ganas de crear una empresa. Allí son guiados por expertos jurídicos. Les ayudan con servicios de negocios, por ejemplo, los contactos que se necesitan a la hora de vender y, además,

se les conduce al final del proceso a ruedas comerciales para posibilitar los negocios. Ofrecen ayuda en línea, un chat colaborativo y consejos de cómo acceder más fácilmente a créditos.

Decreto Distrital 482 De 2006. / Se adopta la Política Pública de Juventud para Bogotá D.C. 2006-2016. Tiene como fin la promoción, protección, restitución y garantía de los derechos humanos de los y las jóvenes en función de su ejercicio efectivo, progresivo y sostenible, mediante la ampliación de las oportunidades y el fortalecimiento de las potencialidades individuales y colectivas. De igual forma, promueve el desarrollo de la autonomía de la población joven y el ejercicio pleno de su ciudadanía mediante mecanismos de participación con decisión, teniendo como principio transversal la corresponsabilidad. Los hogares pobres de jóvenes del grupo de 14 a 28 años en el año 2012 están concentrados en los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3 con una participación de 13%, 48% y 32% respectivamente. Este mismo patrón de ubicación de la residencia se refleja en los hogares de los tres grupos: 14 a 17 años (54% estrato 2), 18 a 23 (59% estrato 2), y 24 a 28 años (59% estrato 2). No se evidencia hogar pobre alguno en los estratos 4, 5 y 6.

Decreto 547 De 2007. / Se reglamentan las Comisiones Intersectoriales del Distrito Capital. Las Mesas de Trabajo de Juventud. Las cuales tendrán por objeto la articulación de las acciones de implementación de la política pública de Juventud.

Conpes 3527 De 2008./ Política Nacional de Competitividad y Productividad. Un país puede aumentar el valor de su producción por 3 vías: produciendo más (productividad), produciendo mejor (aumentando la calidad) o produciendo nuevos productos (transformación productiva). Promueve la inclusión laboral de la población vulnerable (mujeres, discapacitados, minorías étnicas, jóvenes) teniendo como base los principios del Trabajo Decente. Como parte del propósito del Gobierno Nacional de acelerar los motores que jalonan la locomotora de la

innovación, se le comisiono a Bancóldex como banco de desarrollo integral poner en marcha la unidad de desarrollo e innovación empresarial. Así nace iNNpulsa Colombia, con el objetivo de estimular los sectores productivos del país y lograr que más innovadores y empresarios incursionen en procesos de alto impacto con énfasis en innovación. Esta nueva unidad estimulará la alianza sector público-sector privado-academia como eje fundamental para desarrollar la innovación y puso al servicio de empresarios y emprendedores dinámicos, nuevas herramientas y programas renovados para aprovechar la innovación como motor de la prosperidad.

Conpes 3533 De 2008./ Bases para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la competitividad y productividad nacional. A través de diferentes formas de protección que ofrece el Sistema obtienen derechos sobre bienes intangibles permitiéndoles consolidar sus estrategias de negocios, diversificar su portafolio de productos e incrementar su competitividad y productividad. En Colombia, aunque no han sido suficientes, se han dado algunas iniciativas para la promoción de la creación científica y tecnológica a través de las distintas entidades. Dentro de estas iniciativas se pueden resaltar:

- El “Premio Colombiano a la Innovación tecnológica empresarial para las Mipymes (INNOVA)”.
- El “Premio al inventor colombiano”.
- Programas de financiación y cofinanciación de Colciencias para impulsar proyectos de investigación básica y aplicada, desarrollo tecnológico e innovación.
- Programas de financiación y cofinanciación del Sena para impulsar proyectos de desarrollo productivo y competitividad.

Conpes 3527 De 2008./Política Nacional de Competitividad y Productividad. Implementa la formación por competencias y por proyectos, con la aplicación de técnicas didácticas activas para el aprendizaje significativo, que promueva la solución de problemas reales y que permitan a los estudiantes realizar su proyecto de vida.

Plan De Desarrollo 2008 - 2012. / Refiere el tema de Mi primer empleo. El cual, busca generar condiciones para promover la vinculación al mercado laboral de las y los jóvenes que concluyeron su educación superior. La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, en el marco de las políticas activas de empleo, busca aumentar las posibilidades de los ciudadanos y ciudadanas para conseguir un empleo, implementando prácticas donde la oferta y la demanda se interrelacionen directamente en un mismo espacio físico y/o virtual, poniendo a su disposición información relevante para tal fin. BalanceGestiónDE_cs5.indd 16 20/12/2011 05:56:02 p.m. Sector Desarrollo Económico, Industria y Turismo 17 Así, desde 2009 se puso a disposición de los habitantes del Distrito Capital el sitio web [www. bogotatrabaja.gov.co](http://www.bogotatrabaja.gov.co), herramienta interactiva que facilita el acceso a la información sobre búsqueda de empleo en la ciudad.

Asimismo, la intención de reunir en lugares físicos la oferta y la demanda del mercado laboral en el Distrito se vio materializada en la realización de las ferias de intermediación laboral, las cuales son espacios físicos de participación libres, gratuitos y de corte transversal; lugares que además facilitaron la búsqueda de trabajo a los ciudadanos en general y especialmente a sectores poblacionales como mujeres, jóvenes de menores recursos económicos, técnicos, tecnólogos y profesionales recién egresados.

Decreto 1192 De 2009./Se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento. Para julio de 2014, el valor total acumulado de los fondos de capital en los

cuales Bancóldex había invertido recursos era de US\$ 437 millones. Participaba para esa fecha en siete fondos que habían capitalizado 27 empresas en diferentes etapas de desarrollo, por US\$ 223,8 millones. El banco había realizado compromisos de capital por US\$ 45,67 millones y estimaba que por cada dólar aportado se movilizaron 9,5 dólares en recursos acumulados por los fondos de capital en los cuales participaba y 8,5 dólares en inversiones en empresas (Bancóldex, 2014c; Bancóldex 2014d). La gran mayoría de estos fondos no correspondían al modelo de inversión en empresas en etapa temprana, sino a proyectos en los sectores de energía, infraestructura e inmobiliarios, o a empresas medianas manufactureras y de servicios con ventas sustanciales. Se contaba con tres fondos de capital emprendedor (Bancóldex 2014d):

- I. Fondo inversor, con un cierre inicial de US\$ 9 millones y un tamaño objetivo de US\$ 20,5 millones.
- II. Fondo de Capital Privado de Emprendimiento e Innovación en Servicios Públicos, una plataforma de inversión de Empresas Públicas de Medellín (EPM) y EPM Inversiones, cuyo monto de cierre declarado en 2014 era de US\$ 51,5 millones y planteaba hacer inversiones entre US\$ 515.000 y US\$ 10,3 millones por empresa.
- III. Progresia Capital, orientado a empresas tecnológicas que iniciaban operaciones y requerían capital y acompañamiento estratégico.

Ley 1429 De 2010. / Ley de Formalización y Generación de Empleo. Lo único que ha logrado dinamizar, en cierta escala, es la creación de empresas, pero no así el incremento en la relación de cotizantes activos a través de la PILA, cifras que siguen estancadas en sus niveles históricos del 29 - 32%. En efecto, el Ministerio nos habla de unas 265 mil empresas que se acogen a los beneficios de esta ley, unas 147 mil que ya están formalizadas (antes trabajaban de

manera irregular), 83 mil que se han puesto al día, después de mucho tiempo, con la renovación de su matrícula mercantil, y que también se crearon una 64 mil nuevas empresas.

Ley Estatutaria De Ciudadanía Juvenil 1622 De 2013. / Establecer el marco institucional para garantizar a todos los y las jóvenes el ejercicio pleno de la ciudadanía juvenil en los ámbitos, civil o personal, social y público, el goce efectivo de los derechos reconocidos en el ordenamiento jurídico interno y lo ratificado en los Tratados Internacionales, y la adopción de las políticas públicas necesarias para su realización, protección y sostenibilidad; y para el fortalecimiento de sus capacidades y condiciones de igualdad de acceso que faciliten su participa. Así existe la posibilidad para que la población colombiana, entre 14 y 28 años de edad, puedan elegir y ser elegidos en procesos electorales que permitan la conformación de consejos de juventudes municipales, locales, distritales, departamentales y nacional.

Según el DANE, en Colombia viven más de 12 millones 750 mil personas con edades entre los 14 y 28 años, grupo poblacional que la ley identifica como juventud. El Estatuto de Ciudadanía Juvenil les presta atención cuando reglamenta el ejercicio y goce pleno de sus derechos de participación, desde el fortalecimiento del Sistema Nacional de Juventud, el goce efectivo de los derechos de la ciudadanía juvenil, el fortalecimiento de las capacidades y la garantía de condiciones de igualdad para la incidencia de dicho grupo etario en escenarios sociales, económicos, culturales y democráticos para jóvenes.

Conpes 173 De 2014. / Presenta lineamientos generales para la formulación, implementación y seguimiento de una estrategia para propiciar una adecuada inserción de los adolescentes y jóvenes en el ámbito socioeconómico. En lo que respecta a 2015, se cumplió con el reporte de seguimiento anual a las medidas de protección, promoción y prevención

establecidas por la Ley 1622 de 2013, elaborados por el Consejo Nacional de Políticas Públicas de Juventud. Con la finalidad de identificar y monitorear las inversiones sectoriales en juventud, la Dirección del Sistema Nacional de Juventud "Colombia Joven" creó la matriz de seguimiento a proyectos de inversión. Las inversiones son clasificadas por cuatro tipos de gasto: específico, ampliado, bienes públicos y fortalecimiento institucional.

Ley 1753 Del 2015. / Promoción de iniciativas juveniles. El Gobierno Nacional impulsará estrategias encaminadas a desarrollar las iniciativas sociales de los jóvenes. Para tal efecto, la Dirección del Sistema Nacional de Juventud, Colombia Joven, constituirá un banco de iniciativas encaminado al fortalecimiento de capital social, desarrollo humano y protección de los derechos humanos de esta población, así como de los proyectos productivos y de emprendimiento que motiven a los jóvenes beneficiarios a permanecer en la Colombia rural.

Ley 1180 De 2016. / "Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil y se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo.

Ley 1780 Del 2016. / Tiene por objeto impulsar la generación de empleo para los jóvenes entre 18 y 28 años de edad, sentando las bases institucionales para el diseño y ejecución de políticas de empleo, emprendimiento y la creación de nuevas empresas jóvenes, junto con la promoción de mecanismos que impacten positivamente en la vinculación laboral con enfoque diferencial para este grupo poblacional en Colombia. Durante el 2do trimestre de 2017 se realizaron las convocatorias tanto para entidades públicas interesadas en ofrecer plazas de práctica y para estudiantes a nivel nacional.

La publicación de la convocatoria fue realizada a través de la página web. Durante el periodo de desarrollo de las prácticas laborales, los jóvenes beneficiarios recibirán:

- Auxilio de práctica equivalente a un (1) salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV) para prácticas de tiempo completo y medio (0.5) SMMLV para prácticas de medio tiempo
- Afiliación y cotización a seguridad social en salud, pensiones y riesgos laborales.
 - Además, la práctica laboral será tenida en cuenta como experiencia laboral.

Ley 1834 De 2017. / Tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual. Política Integral de la Economía Creativa. En Colombia las industrias culturales y creativas aún están en desarrollo, lo cual representa una oportunidad para la generación y fortalecimiento del emprendimiento cultural principalmente en las regiones como mecanismos para la generación de ingresos, reconocimiento de los escenarios artísticos locales y preservación del patrimonio inmaterial de las comunidades.

Reformulación De La Política Pública 2017. – Actualmente Este proyecto tiene el propósito de fortalecer el desarrollo de capacidades y la generación de oportunidades de los jóvenes para el ejercicio de su autonomía plena y el goce efectivo de la ciudadanía juvenil para un mejor futuro libre de violencia, discriminación y falta de oportunidades. La Secretaria Distrital de Integración Social lidera el proceso de formulación de la nueva Política Pública de Juventud 2017-2027, desde el segundo semestre de 2016. Proceso en el cual se han realizado más de 400 diálogos con la participación de alrededor de 10.000 jóvenes para la primera fase Agenda Pública - Horizonte de Sentido de la nueva Política de Juventud.

Dichos diálogos participativos tienen por objetivo que jóvenes entre 14-28 años y actores relevantes, dialoguen acerca de las realidades, intereses y capacidades juveniles para el ejercicio y goce efectivo de los derechos.

De esta manera, se genera el Proyecto de ley de ‘Primera Empresa’ busca blindar a emprendedores en etapa temprana 10/12/2017. “por el cual se crea la ley de Primera Empresa” fue radicado por el senador Juan Manuel Galán ante la Secretaría de la Cámara de Representantes. El Proyecto de ‘Primera Empresa’ busca subsanar tres graves problemáticas que enfrentan los emprendedores en etapa temprana:

1. El acceso a fuentes externas para el financiamiento del emprendimiento, donde entidades del sector financiero deberán diseñar o ajustar sus políticas y metodologías de evaluación de crédito.
2. Para los excesivos trámites y costos en la creación de empresa en Colombia, la DIAN deberá habilitar mecanismos electrónicos que faciliten el registro y trámites en las regiones.
3. Ante las escasas oportunidades de acceder a la contratación pública, las entidades deberán evaluar de forma diferencial las empresas en etapa temprana, donde prime la innovación y diferenciación de los productos ofrecidos.

Pasa a segundo debate: Proyecto que incentiva la economía naranja en la Capital, los cabildantes de la Comisión de Hacienda aprobaron el proyecto de acuerdo por el cual se establecen lineamientos para el fomento, promoción, incentivo y desarrollo de la economía naranja en el Distrito Capital; la cual está conformada por las industrias culturales que comprenden los bienes y servicios que tradicionalmente se asocian con las políticas culturales, los servicios creativos y los deportes. Es así como "Colombia presenta un multiculturalismo en

donde diversas actividades se orientan hacia la economía naranja y Bogotá es el epicentro, con actividades como el festival de teatro, el Artbo, Bogotá audiovisual o como la feria del libro".

El Proyecto pretende que el Gobierno Distrital integre las diferentes localidades y territorios de la ciudad, al igual que la Bogotá Región para garantizar el acceso adecuado a planes, programas, y proyectos de los diferentes agentes de los sectores comprendidos de la Economía Naranja.

4.4 Líneas Destacables De La Gerencia Social

4.4.1 Innovación Social. En este proceso de referenciación lo primero que debemos mirar es la innovación, de esta manera como lo refiere Schumpeter (2003):

Este tipo de actividad es la principal responsable de las "prosperidades" recurrentes que revolucionan el organismo económico y las "recesiones" recurrentes que se deben al impacto desequilibrante de los nuevos productos o métodos. Empezar tales cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distintiva, primero, porque se encuentran fuera de las tareas rutinarias que todos entienden y, en segundo lugar, porque el medio ambiente resiste de muchas maneras que varían, de acuerdo con las condiciones sociales, desde el simple rechazo para financiar o comprar algo nuevo, para atacar físicamente al hombre que intenta producirlo. (p. 132); de esta manera entendiendo la innovación como la acción de crear, se desarrollara el concepto con el corte social requerido para este documento.

La innovación social tiene como objetivo el bienestar de las comunidades o sociedad en general, es así como según Herrera y Ugarte (2008) es entendida como una serie de acciones que

logran generar un cambio significativo mediante la materialización de una respuesta asociada a una problemática o necesidad resuelta mediante una focalización de los factores que deben convergir para que esta tenga un valor diferencial a las demás respuestas anteriormente planteadas. (p. 24) Es importante resaltar, que tiene factores endógenos tales como lo pueden ser las formas en que se constituyen los proyectos, las relaciones y organización que se establece; y exógenos las composiciones socioculturales que se establezcan en el contexto donde se desarrolla la propuesta, las particularidades que se den en cada una de las personas que conforman el proyecto y la misma proyección que se tenga hacia el desarrollo de una respuesta a la problemática identificada.

Por esto es importante según Schoof (2006):

Reconocer el territorio y los sujetos de estudio para hacer de innovación social, no se puede pensar solamente en una respuesta sino en un sistema completo de factores que generan dinámicas diferentes. Es importante pensar en los jóvenes como los nuevos emprendedores de sus propias dinámicas, conocimientos y habilidades con el fin de que sean ellos mismos quienes des respuestas y establezcan rasgos y cualidades empresariales y dejar la idea que los emprendedores nacen y no se hacen. (p.25)

Es así como esta temática nos muestra que los diversos tipos de innovación buscan amortizar las necesidades que hasta el momento del análisis aun están insatisfechas. Así mismo se generan dinámicas donde la participación de las comunidades o de las personas al aumentar presentan mejorías en sus capacidades y confianza en sus saberes.

La innovación desde el emprendimiento se presenta como un proceso donde la creación de nuevos productos es fruto del uso y combinación de recursos y materiales antes no usados o sin el aprovechamiento propuesto por la innovación. Al realizar la combinación de los elementos

anteriores permite que estos emprendimientos puedan explorar y así mismo aprovechar las nuevas oportunidades que se presentan por la combinación de ellos y así poder satisfacer las necesidades de estos grupos y de esta forma estimular su producción y crecimiento. Y así mismo es importante tener presente como lo refiere Hawken (2012) Las organizaciones que no innovan corren el riesgo de desaparecer. Pueden hasta cierto punto estar cómodas por una relativa estabilidad de los resultados, pero si no se movilizan, la competencia y la dinámica del mercado las absorbe. (p. 13)

Es así como la innovación social permite aumentar progresivamente el impacto en la comunidad donde se desarrolla el mismo, puesto que logra al ser exitoso incrementar su cobertura y mejorar los beneficios de las personas involucradas. Es así como Alonso, González y Nieto (2015) La innovación social se refiere al motivo que genera el cambio social. Se refieren a la forma en la que los agentes sociales actúan e interactúan entre ellos, también a los cambios que estas acciones provocan en el contexto social.(p.13) o de nuevas políticas que permiten la evolución de estos grupos para lograr y fortalecer sus proyectos de vida.

4.2 Políticas Públicas. Con respecto al factor del desarrollo por parte del Estado se pueden analizar las políticas públicas que buscan fortalecer a los jóvenes con sus emprendimientos y generar iniciativas de proyecto de vida, se identifican los procesos de accesibilidad que tiene la juventud en espacios socioculturales, permitiendo reconocer los derechos fundamentales enmarcados desde la Política Pública de Juventud de ahora en adelante (PPJ) para Bogotá. Teniendo en cuenta la articulación normativa de la Constitución Política de Colombia y la ley 375 de 1997 la cual busca entre otras dictar las disposiciones para la juventud. La PPJ busca la

adopción de criterios de implementación y ejecución partiendo de los distintos territorios físicos, políticos, simbólicos y ambientales.

El Reconocimiento del simbolismo cultural desde la PPJ enfatiza la singularidad, subjetividades e imaginarios juveniles, desde donde ellos y ellas abogan por el reconocimiento de sus diferentes manifestaciones culturales y comunicativas, como forma de inclusión de sus aportes en los diferentes ámbitos sociopolíticos. La PPJ está orientada a fortalecer una responsabilidad compartida entre la juventud, la familia y los diferentes niveles del Estado y los demás actores de la sociedad civil y de las organizaciones internacionales.

La PPJ busca garantizar el manejo eficaz, eficiente, transparente y responsable de los recursos públicos destinados a la implementación de la misma, así como el diseño democrático de los planes y programas y la rendición de cuentas de los mismos. La (PPJ) reconoce las condiciones distritales, nacionales y las tendencias internacionales que surgen del proceso de globalización e internacionalización, esta cuenta con mecanismos, herramientas e indicadores de seguimiento y evaluación así como con los recursos necesarios para garantizar su sostenibilidad a mediano y largo plazo. La Ley 375 (2017) Tendrá como atributo el reconocimiento permanente de las externalidades propias del proceso de implementación y de la transformación de las necesidades de los y las jóvenes de la ciudad y las dimensiones económicas mostrando los procesos de financiación, dimensión territorial analizando espacios geográficos y de construcción social. Dimensión simbólica representación comportamental de los individuos con sus pares o diferencias para una narrativa coherente a nivel social (p. 7).

La PPJ permite crear estrategias de articulación en la red pública y privada, participación activa en los diferentes consejos de juventud, acceso y proyección a programas productivos, procesos de selección de empleo, muestras artísticas, elecciones electorales, procesos de

educación y capacitación, entre otras. Creando oportunidades de inclusión social coherentes con su juventud y su proyección según las actividades desarrolladas, en su proyectiva propiciándola a cambios sostenibles económicos, culturales y sociales de su comunidad y de sus propias vidas.

4.3 Participación Ciudadana. Desde el Estado Colombiano se empieza establecer con la constitución de 1991 en el artículo 2 :“(...) facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación (...)” (p. 14). La participación de la ciudadanía en las diversas actividades sociales que existen. Así se empieza a dar un marco normativo en el cual según Ortiz (2008) la participación activa (p. 27) de la población se protege constitucionalmente y para el caso de los jóvenes empiezan a ser reconocidos como sujetos de derecho, no obstante en temas de emprendimiento ellos comienzan a participar tiempo posterior, es así como años después se crean instituciones por medio de decretos donde esta población objeto de estudio pudiera tener espacios propios que les permitieran participar de manera activa como lo es Colombia Joven, o la ley de Juventud.

En cuanto a las actividades culturales los jóvenes los primeros grupos poblacionales que trabajan la cultural y las actividades artísticas en algunos casos desde la infancia. Pero desde allí se puede ver como esta población se organiza en grupos o colectivos por medio del cual puedan dar potencialidad a su expresión artística. Como nos indica Sanguinetti (2016)“La juventud se empieza a reencontrar. La nueva música convoca multitudes, (...). Los deportes ofrecen un escenario mayor para la pasión popular (...). El cine y el arte han vuelto a apasionar como en los tiempos en que el pop estadounidense. (p. 139).

Es un cambio notorio en la sociedad, la población entre 18 y 28 años está realizando modificando las dinámicas económicas y culturales de la sociedad donde ya no se espera de esta

generación que sea aquella que solo busque conseguir trabajo con una remuneración fija por decirlo de alguna manera, sino que es un grupo poblacional que también busca hacer lo que le apasiona, y así, con la participación de estos jóvenes la cual es de forma voluntaria Ortiz (2008) afirma “Lo cual es indispensable no solo para la interrelación de los actores ciudadanos y la construcción de espacios públicos” (p. 40), sino para la creación de espacios productivos, desde la parte creativa o también llamada economía naranja bajo la cual la participación de los jóvenes en grupos de esta actividad económica es cada vez más alta y tendiente a tener mayor crecimiento, donde es contribuyente neto y es Buitrago y Duque (2013): “la mercancía más transada en el planeta”. (p.18).

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo General

Identificar las acciones culturales propias de los y las jóvenes de la localidad Usaqué de las UPZ 09 y 11, las cuales pueden generar procesos innovadores desde la perspectiva de economía naranja.

5.2 Objetivos Específicos

Determinar la participación de los jóvenes de Usaqué de las UPZ 09 y 11 y las tendencias culturales que permiten fortalecer su proyecto de vida desde el ámbito productivo a través de la innovación y el arte.

Analizar las prácticas de innovación con respecto al emprendimiento juvenil relacionadas con la economía naranja que desarrolla la población joven de Usaqué de las UPZ 09 y 11 y la participación que esta tiene dentro de las actividades identificadas.

Reseñar las diferentes políticas públicas y normas encaminadas a fortalecer los procesos de emprendimiento cultural en la población joven.

Generar recomendaciones a la entidad sobre la articulación de los procesos en la subdirección de juventud y su trabajo con la población objeto de estudio.

6. METODOLOGÍA

El abordaje de la investigación partió de una profunda exploración en temas de innovación, emprendimiento, economía naranja y creativa. Adicionalmente presenta características de una población específica de una zona en la que se idéntica la problemática de la cual surgen respuestas aplicables en herramientas de la gerencia social.

Por tales razones el tipo de investigación es descriptiva – propositiva; ya que analiza el fenómeno estudiado en los distintos componentes, el emprendimiento en jóvenes. Es descriptivo en tanto que recolecta información y analiza datos para su resultado, que en particular se direcciona a ofrecer alternativas (Hernández, 2014).

Enfoque de investigación: Para obtener el conocimiento, la investigación se presenta con un enfoque cualitativo (Grinnell y Unrau 1997) dado que se llevaron a cabo observaciones y percepciones, en particular de los jóvenes que participan del proyecto y de expertos en el tema, a partir de las cuales se establecieron suposiciones que fueron revisadas buscando su fundamento. Luego de la fundamentación de las suposiciones se generaron nuevas ideas tendientes a dar respuesta a las inquietudes surgidas de la descripción de la problemática y de las percepciones.

La característica del enfoque cualitativo permite identificar preguntas (Grinnell y Unrau 1997), cuyo propósito principal es modificar la realidad, lo que en el caso particular de este estudio se presenta como un proyecto que usa herramientas de la gerencia social.

Adicionalmente la investigación no se sometió a una linealidad de insumos para poder sacar conclusiones o percepciones; de tal manera que muchos datos se conseguían de manera paralela (Hernández, 2014).

Otra de las características de la investigación cualitativa es que usa técnicas de recolección como observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión documental, evaluación de experiencias personales e interacción con distintos grupos permitiendo diversos puntos de vista (Esquivel 2013). Para el caso se presentaron ejercicios de percepción mediante talleres de grupo nominal, entrevistas y encuestas que permitieron contar con distintas percepciones de los jóvenes alrededor de sus potenciales y emprendimientos.

6.1 La Praxeología

El conocimiento que genera esta investigación está fundamentado en el proceso praxeológico implícito en el proyecto que se viene construyendo desde el inicio de la especialización. El documento va asumiendo de manera sistemática conocimientos que forman parte del plan de estudios que se aplican a la investigación de tal manera que al precisar el proceso praxeológico del VER, JUZGAR, ACTUAR y DEVOLVER CREATIVAMENTE, en un proyecto de investigación específico, se cuentan con referentes conceptuales sólidos que hacen que los hallazgos se consigan de manera natural.

Es la metodología que estudia la estructura lógica de la acción humana, representa un planteamiento (teoría) y un procedimiento (praxis-acción). Es decir como nos refiere Juliao (2011) por su parte, es la construcción de saberes de la acción (lógica científica). El objeto principal de la praxeología es la elaboración, experimentación y validación de modelos de acción que sean útiles para la gestión de la praxis: permite formalizar, validar y programar lo que

generalmente se hace de modo espontáneo, intuitivo y empírico (p. 35) y que son creados por las personas que se involucran en los generación de los métodos, conocimientos y procesos. De esta manera como nos explica Juliao (2011) El enfoque Praxeológico –que se sitúa en el cruce de la investigación teórica, de la investigación–acción, de la investigación aplicada e implicada, y es, además, un método multireferencial y pluridisciplinario– supone cuatro fases o momentos, las cuales se desarrollan a continuación.(p. 35)

Para el caso del emprendimiento juvenil bajo el enfoque de economía naranja y creativa, fue muy importante observar la realidad de esa comunidad (VER), desde la cual se identificaron posibilidades de apoyo (JUZGAR), para dar paso a una propuesta concreta que permita desarrollar potenciales (ACTUAR) y finalmente de ese ejercicio se aporta un documento estructurado para que sea profundizado en el futuro y que espera ser la base de otro desarrollo conceptual alrededor de la importancia del apoyo de ideas emprendedoras creativas.

Fases del Enfoque Praxeológico

Fase del Ver, es donde encontramos los la palabra interrogativa (¿que sucede?), en la cual se busca conocer la problemática a investigar. De las cuales posteriormente surge mas preguntas como nos indica Juliao (2011) Las preguntas planteadas al observador se resumen así: ¿quién hace qué?, ¿por quién lo hace?, ¿con quién?, ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿cómo? y ¿por qué lo hace?(p. 36.) Las cuales buscan frente al investigador crear una acción espontanea o praxis en las cuales busca entender las dificultades y reflexionar sobre los hallazgos de esta primera parte de la investigación.

Es decir, en esta primera etapa se investigó sobre la problemática de los jóvenes de la UPZ 09 y 11 de Usaqué en cuanto a los procesos de emprendimiento y que se relacionan con la

economía naranja. El objetivo era poder entender y reflexionar sobre el desarrollo o estancamiento de estas actividades culturales.

Fase el Saber Juzgar, esta fase reconoce el (¿que puede hacerse?) se busca examinar la problemática desde diferentes perspectivas, visiones, teorías y demás aspectos que le permitan analizarla de una manera diferente en su aplicación practica así nos explica el autor como articular la interpretación desde cuatro ejes, según Juliaio (2011):

El primero consiste en problematizar la propia observación, porque cada uno tiene sus “lentes de sentido” que, conscientemente o no, condicionan su manera de ver, de comprender y de actuar. (...). El segundo conduce a la formulación de una hipótesis de sentido, lo que supone que estamos dudando de la realidad tal y como fue formulada y problematizada en el momento de la observación(...) El tercer momento busca formular los discursos (pedagógico, filosófico, sociológico, entre otros) que confirmarán la situación tal como fue descrita luego de la problematización; (...) El cuarto momento invita a un retorno a las fuentes, retorno crítico, distante y riguroso de lo que hasta ahora estamos acostumbrados a hacer. (p. 39).

Desde esta fase se ha buscado en la investigación analizar los procesos normativos, de innovación y de participación ciudadana y como estos dan las bases para entender como se ha desarrollado los procesos de emprendimiento y la forma en que convergen con la población objeto de estudio.

Fase Actuar, en esta fase es (¿que hacemos en concreto?) es la etapa programática, como nos refiere Juliaio (2011):

Construye, en el tiempo y el espacio de la práctica, la gestión finalizada y dirigida de los procedimientos y tácticas, previamente validados por la experiencia y planteados como

paradigmas operativos de la acción. En esta etapa la praxeología instruye y guía la praxis, el profesional/praxeólogo se convierte en quien ilumina al practicante, sobre todo cuando él mismo es un practicante/profesional; se pasa, entonces, de la investigación experimental a la aplicación práctica.(p. 40)

De esta manera, en la investigación como se abordara más adelante se realizaron actividades que permitieran interactuar con las realidades de los grupos de interés involucrados, donde se escucharon sus apreciaciones y conocimientos sobre los temas de investigación de este documento, es por esto, que se aplicaron entrevistas y un taller nominal.

Fase Devolución Creativa, esta fase (¿que aprendemos de lo que hacemos?) es decir pretende llevar a la practica el proyecto representándolo de forma orientada. De esta manera, nos indica Juliao (2011):

La prospectiva es una representación que pretende orientar el proyecto y la práctica del profesional/praxeólogo; una representación donde el futuro es planteado a priori como un ideal. Tiene una función de sueño, de deseo, de anticipación. Ella pretende un actuar y nuevas vías de acción, un cambio y no una simple descripción de lo que va a pasar; en otras palabras, comprende una dimensión evaluativa desde otro futuro posible. La prospectiva pretende, igualmente, desplegar las posibilidades de la intervención previsible a mediano y largo plazo. (p. 43)

Para el proceso creativo, buscaremos realizar por medio del mercadeo social, un análisis que permita encontrar prácticas para ser aplicadas por parte de la Subdirección de Juventud con la población objeto, que le permitirá potenciar los emprendimientos creativos desde diferentes tendencias sociales del instrumento en mención y formalizara los sus actividades en caso de aplicarse al convertirlas en procesos visibles y rentables.

6.2 Método

Esta investigación es inductiva en el sentido que busca en la teoría para abstraer sobre la realidad, tomas datos de situaciones en particular para concluir de manera general, con base de manera importante en la observación, en percepciones de los distintos grupos de interés. Finalmente se centra más en el descubrimiento y el hallazgo que en la comprobación y verificación (Hernández, 2014)

6.3 Pertinencia del Diseño

El diseño corresponde a la respuesta planteada en el problema descrito (Esquivel 2013). Con esa orientación el diseño es no experimental, no manipula variables económicas o sociales. Se centra en observar fenómenos tal y como se dan y se perciben.

Para el diseño también es claro el carácter constructivista de la investigación, debido a que el conocimiento que se genera es una construcción de los autores desde la comprensión del fenómeno estudiado y desde la literatura de las herramientas de la gerencia social. La investigación constructivista toma el conocimiento como resultado de la construcción mental que realiza el investigador a partir del análisis (Hernández, 2014).

Las técnicas de investigación que se usaron para recolectar la información fueron: observaciones no estructuradas, entrevistas abiertas, revisión documental, discusión en grupo (Talleres de grupo nominal), evaluación de experiencias personales.

7. ESTADO DEL ARTE

**Economía Naranja Como Potenciador Del Proyecto De Vida De Los Y Las Jóvenes De
Usaquén De Las Upz 09 Y 11**

La economía naranja o creativa es uno de los elementos que se analizarán como objeto articulador de los procesos de emprendimiento en jóvenes para la población objeto de estudio, pues es pertinente entender su desarrollo en varios niveles, por un lado, las visiones de lo general a lo específico que se podrá encontrar en los casos presentados desde el ámbito internacional, regional y local y por otro lado el desarrollo conceptual de los procesos de emprendimiento juvenil, economía naranja y emprendimiento creativo que permitirá el enlace de los conceptos a su aplicación en diferentes tipos de expresión artística como se señalara. Es así, como se debe considerar los procesos de creación de estos jóvenes desde un tipo de sociedad del conocimiento como lo refiere Arias (2011) como cito a Drucker el cual pronosticó la emergencia de una nueva capa social de trabajadores de conocimiento (P.F. Drucker 1959) y la tendencia hacia una sociedad del conocimiento (Drucker 1969). Este tipo de sociedad está caracterizada por una estructura económica y social, en la que el conocimiento ha substituido al trabajo, a las materias primas y al capital como fuente más importante de la productividad, crecimiento y desigualdades sociales (véase Drucker 1994). (p. 2).

Teniendo en cuenta el proceso de investigación documental, se destaca los aportes realizados por Oscar Useche Aldana, en su artículo reflexivo “Jóvenes y productividad: las nuevas formas del trabajo y el problema del desarrollo humano”, tomado del Grupo “Ciudadanía, Comunidad y Desarrollo” del Centro de Estudios e Investigaciones Humanas y Sociales de Uniminuto que se propuso estudiar los modos emergentes de asociación juvenil para la búsqueda de ingresos económicos y para plantear soluciones creativas, desde experiencias micro-sociales, a las embestidas de la pobreza y la exclusión. En este sentido señala que los jóvenes, son los más golpeados en el sector de la productividad, por lo que genera posibilidades de ingresos mínimos en la población mencionada.

Por lo tanto, es significativo tener en cuenta el conocimiento y habilidades de la juventud, como aprovechamiento pedagógico y lucrativo, para encaminarlo al emprendimiento de la economía naranja. Es como nos indica Aldana (2009): El conocimiento y el lenguaje se han puesto al centro de los nuevos procesos de producción como recursos privilegiados de la transición postfordista del capitalismo y, al mismo tiempo, de la apertura a nuevas formas de economía social; esto hace de los jóvenes un sector rápidamente sintonizado con estos cambios en curso.(p. 197).

Es así, como en el mundo a raíz de las problemáticas presentadas, se han asignado temas específicos de estudio y trabajo; Según la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible que se realizó en Río de Janeiro del 2012, se crean los Objetivos de Desarrollo Sostenible de ahora en adelante llamaremos (ODS). Los cuales tienen una agenda de cumplimiento para el 2030, al identificar esta propuesta de orden internacional es importante resaltar aquel que se enfatiza en promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros, para este caso el Objetivo # 8: Según la agenda para los busca promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.

Al identificar esta meta se evidencia una clara necesidad de promover acciones en pro del fortalecimiento a las iniciativas económicas alternativas que tienen los jóvenes en cada uno de

sus territorios esto con el fin de lograr mejorar tu calidad de vida desde prácticas propias logrando potenciar las capacidades instauradas que tienen y que pueden replicar a sus pares. Uno de los factores importantes es también el promover las actividades culturales como fuente de ingreso de las nuevas generaciones, según el Estudio de Kantis “Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico” realizado por el Banco Iberoamericano de Desarrollo (BID) (2014), Según (CLACDS) Colombia a nivel mundial (entre 56 países evaluados) en el 2014 ocupaba el puesto 38 y en el año 2015 bajo al puesto 40. (2016)

Es necesaria la construcción y formulación de políticas sociales, proyectos de formación y fortalecimiento a las organizaciones juveniles que pueden incrementar el desarrollo en cada uno de los territorios que ellos habitan. De esta manera es necesario analizar los procesos de emprendimiento juvenil, economía naranja y como estos se encuentran relacionados.

Por lo consiguiente las nuevas formas de trabajo implican más allá de brindar al público bienes y servicios, sino que también se debe evidenciar un rol social o como se conoce en el mercado “responsabilidad social”, contribuyendo a la sociedad vulnerable en diversos espacios de emprendimiento humano, cultural o artístico. De acuerdo al planteamiento de la CEPAL (2000):

Teniendo en cuenta que la disponibilidad de un empleo estable y de buena calidad es otra dimensión sustancial de la calidad de vida de las personas, importa destacar que el desempleo y el subempleo son estructuralmente más altos entre las mujeres y los jóvenes. ésta es una dimensión muy problemática de la dinámica juvenil. (...) Desde otro ángulo, estas cifras permiten comprobar que los jóvenes representan alrededor del 50% del total de desempleados en casi todos los países de la región. (p. 132)

Se han incrementado las políticas dirigidas a ellos para prepararlos para el trabajo; como nos indica Aldana (2008) el discurso de la educación para encontrar ocupación remunerada y su implementación en políticas para asegurar el derecho a la educación de la mayoría se ha traducido en una población joven alfabetizada, con aptitudes para adaptarse a las tecnologías informáticas avanzadas, (...), pero no ha conseguido proveerles empleos remunerados y de calidad, (p. 208).

Esto indica el trabajo a seguir en cuanto a la ampliación de nuevas formas de implementar las normas para el primer empleo para los jóvenes, que se dedican a las artes en pro de la cultura a través de la innovación buscando el emprendimiento sostenible y organizado, como también lo menciona Oscar Aguilera Ruiz, en su artículo “Los estudios sobre juventud en Chile: Coordenadas para un Estado del Arte”, en el que se comparte los diversos enfoques que indica para la juventud actual:

Enfoque sociodemográfico: aquí encontramos perspectivas a partir de unos determinados rangos de edad (demografía), así como otras que la definen como un proceso de aprendizaje social e internalización del sistema normativo (moratoria). El foco de estas perspectivas se centra en el tránsito hacia la integración social, desde una perspectiva funcional en el marco de las políticas públicas.

Enfoque psicológico: Están más cercanas a las corrientes de la psicología del desarrollo y que por tanto se preocupan de los procesos de maduración psicobiológica, y otras perspectivas que avanzan hacia el análisis de aspectos identitarios y sociales.

Enfoque sociocultural: Ubicamos perspectivas que enfatizan Según Ruiz (2009) en el carácter socialmente construido, y por tanto relacional del concepto de juventud a partir de su

articulación con miradas generacionales, miradas de enfoque de derechos, de la acción colectiva, y de la cultura y sociabilidad juvenil. (párr.39).

También Julio Bango, hizo referencia a “la política de juventud como promotora de construcción de ciudadanía “lo cual da un sentido a la importancia de la participación activa que los jóvenes, tienen en los consejos locales de cada localidad de Bogotá, para plantear y tomar decisiones que transformen su que hacer dentro de la sociedad y en sus proyectos de vida.

Para esta caracterización revisaremos los procesos mencionados desde casos y como ha sido la configuración con la realidad desde la parte internacional, Latinoamérica, Colombia y finalmente Bogotá.

7.1 Emprendimiento Juvenil:

De acuerdo con Carrasco y Castaño (como se citó en Schumpeter 1934) el emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas. Debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. El emprendedor tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve. Los emprendedores no son managers (...) ni inversores, son un tipo especial de personas (p.122). De esta manera el emprendedor busca romper con normativas y reglas establecidos desde su realidad económica, social y cultural, los emprendedores son personas perseverantes puesto que al romper con los ideales establecidos es así como según Carrasco y Castaño (2008) el emprendedor es un creativo inconformista (p. 122) o como nos refiere Hawken (2012) El emprendedor por su parte debe reconocer el reto, en él deben darse altos niveles de convicción, de arrojo, de perseverancia y una pasión total por el deseo del logro,

porque seguramente al interior de las organizaciones tendrán muchas dificultades y dudas por parte de los normales detractores. (p. 13)

7.1.1. Visión Internacional. Teniendo en cuenta que los emprendedores pueden ser de cualquier edad, para este proceso nuestro objeto de estudio los jóvenes, se presentan ante el mundo con un gran potencial innovador en actividades que generan nuevos mercados, es así como por primera vez en 1985 se decreta por parte de (ONU) el año internacional de la juventud, puesto que al realizar el análisis para esta época se identifica como nos indica la revista facultad de derecho y ciencias políticas (1985) Dice este mismo organismo internacional que actualmente hay en el mundo 922 millones de jóvenes. Según una estadística de la ONU hecha con motivo del año internacional de la juventud, hay en el mundo esta cantidad de jóvenes de edad comprendida entre los 15 y los 24 años, de los cuales 734 millones viven en el Tercer Mundo. (...)O sea que más o menos una cuarta parte de la población humana en el mundo oscila entre estas edades. (párr. 1). Adicional de diversos estudios previo realizados sobre la juventud a nivel mundial auspiciado por la (UNESCO) la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, puesto que González (como se citó AGNU Asamblea General de Naciones Unidas(1977)):

La Asamblea General recuerda que desde 1965 se habrían aprobado numerosas resoluciones sobre la situación, las necesidades y las aspiraciones de la juventud, y expresa su convicción de que 'un año internacional de la juventud podría ser útil para movilizar los esfuerzos en los planos local, nacional, regional e internacional con el fin de promover las mejores condiciones educacionales, profesionales y de vida para los jóvenes, a efectos de lograr su participación activa en el desarrollo general de la sociedad y de alentar la preparación de nuevas políticas nacionales y locales (A/Res/32/134)

Podemos encontrar varios ejemplos en el mundo de procesos de emprendimiento juvenil en el mundo y así mostraremos algunos de la página youngmarketing.co:

Hart Main. Cuando era pequeño, Hart Main comenzó a fabricar y vender ‘velas perfumadas varoniles’, idea que se le ocurrió cuando su hermana vendía perfumes para niñas en la escuela. Main se empeñó en sacar adelante su negocio de velas ManCans, compañía que vende velas de distintos aromas como Fogata, Bacon, Hierba recién cortada, entre otros. Con tan solo 15 años de edad, Main es hoy en día dueño de su propia empresa con sede en Ohio, Estados Unidos. Sus velas están disponibles en alrededor de 60 ciudades de todo el país.

Nick D’Aloisio. Este emprendedor británico nacido en Australia es la mente creadora de Summly, una aplicación que por medio de algoritmos crea resúmenes de noticias para el iPhone. Desde el 2008, D’Aloisio ha creado distintas aplicaciones para el iOS. En el 2011 y con tan solo 15 años de edad fundó Summly, empresa que se ha convertido en un éxito tecnológico. Tanto así, que en el 2013 Yahoo adquirió la compañía por 30 millones de dólares, compra que convirtió a D’Aloisio en uno de los multimillonarios más jóvenes del mundo por mérito propio.

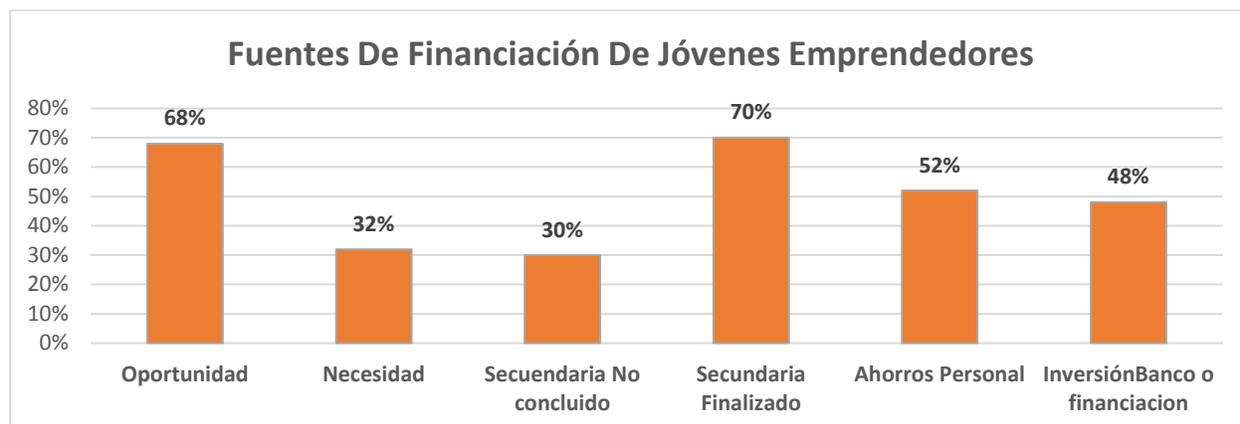
Robert Nay. En diciembre del 2010, salió al mercado una aplicación llamada Bubble Ball, la cual alcanzó en las primeras dos semanas más de 1 millón de descargas. El exitoso juego fue construido en su totalidad por Robert Nay, un joven emprendedor que en aquel entonces tenía tan solo 14 años, después de hacer una ardua investigación y escribir alrededor de 4.000 líneas de código individuales, asegura CNN. Hasta la fecha, el juego ha sido descargado más de 7 millones de veces y se ha convertido en el entorno digital. En la actualidad, Nay es el CEO de su propia compañía: Nay Games.

7.1.2 Visión Regional. De esta manera el tema empieza a tomar importancia y Latinoamérica no queda excluida del mismo puesto que empieza a ser tema de discusión y análisis. Como nos muestra Murillo (2016) El perfil del emprendedor juvenil latinoamericano es bastante particular. El 68% de ellos es motivado a hacer negocios por la oportunidad y sólo 32% es motivado por la necesidad. (p. 4) Como es el caso según youngmarketing.co de:

Leanna Archer con tan solo 9 años de edad, Leanna inició su propia empresa: Leanna's Hair, una línea de productos naturales especializados en el cuidado del cabello. Esta pequeña emprendedora comenzó a empaquetar, vender y distribuir recetas exclusivas que su abuela hacía. Hoy en día y con tan solo 18 años de edad, Leanna es la CEO de su propia compañía, la cual factura alrededor de 100 mil dólares anuales. Además, Leanna se ha preocupado por apoyar causas filantrópicas: en el 2008 fundó la Leanna Archer Education Foundation, una organización enfocada en proveer mejores oportunidades para los niños más necesitados en Haití.

Casi el 70% de ellos tiene educación secundaria concluida o estudios post secundaria. La fuente de financiamiento de estos jóvenes emprendedores es mayoritariamente a partir de ahorros personales (52%) y de bancos y de otras instituciones financieras (26%). Lo cual refleja desarrollo limitado a otros mecanismos de financiación para el emprendimiento. (p. 4).

Figura 4: Fuentes de financiación de jóvenes emprendedores



Fuente: Murillo (2016), p. 04. Emprendimiento Juvenil en Latinoamérica, gráfica creación investigadores de este texto, interpretación del párrafo anterior.

La importancia de analizar el contexto en América Latina, es que nos permite entender la situación bajo la cual se desarrolla el emprendimiento juvenil en esta región y cómo influye más específicamente en el nivel local. Es así como primero revisaremos los tipos de emprendedores y como según Murillo (2016) son: Emprendedor potencial, Emprendedor naciente, Emprendedor propietario, Emprendedor Establecido y Negocios discontinuados (p. 9)

Es así, como en América Latina el número de jóvenes que desean iniciar un emprendimiento según Murillo (2016) es de 41 de 100 casi el 50% de la población joven, pero los que realmente inician un emprendimiento es alrededor del 10%, teniendo una participación en el tiempo corta pues aunque generan ingresos menos del 5% logran superar los 42 meses. (p. 10) y en esta nueva era según Ortega (2017): asegura que en el caso de Colombia se encuentra la mayor concentración de millennials líderes de Latinoamérica, con un 27% en relación a otros países. La encuesta afirma que el 74% de los millennials latinoamericanos consideran que la tecnología crea oportunidades para todos y un 82% creen que pueden generar un cambio a nivel local. En este aspecto, los millennials de países desarrollados y los millennials criollos parecen “tener la

misma misión en el mundo”(párr. 18), a pesar de las crisis económicas recientes y la alta tasa de desempleo a la que se enfrentan los recién graduados.

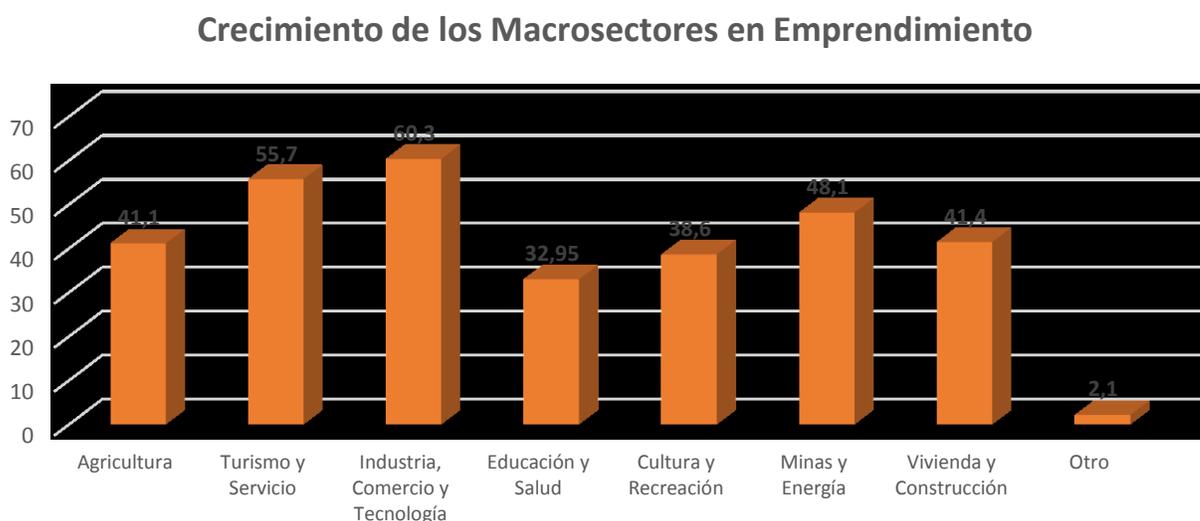
Es por esto que los gobiernos deben involucrarse en el proceso de emprendimiento con su población, puesto que no puede ser una tarea solo de organizaciones no gubernamentales o de la persona en si mismo. De esta manera encontramos casos como el de Chile en el que según Sante (2016) The S Factory, programa de pre-aceleración de tres meses que apoya a mujeres en la construcción de startups de alto impacto. Cada una recibe 15.000 dólares para llevar su idea a una etapa más avanzada. El segundo es Seed, fondo con el que inició Start-Up Chile y que hoy está enfocado en startups con un prototipo funcional y algo de validación en el mercado. Las empresas deben tener potencial de crecimiento en Latam o intenciones de formar un equipo en la región y escalar globalmente. Este programa tiene una duración de seis meses y entrega cerca de USD 30.000. Por último está Scale, fondo de seguimiento que ofrece USD 100.000 a empresas constituidas en Chile que tengan una tracción significativa, estén generando ingresos y necesiten capital adicional para crecer en Chile y el resto de América Latina.(párr. 9).

7.1.3 Visión Local. Así desde lo latinoamericano Colombia no se ha quedado atrás en los procesos de emprendimiento y es por esto que podemos como nos indica Buitrago (2014) El emprendimiento se materializa con la creación de empresa que contribuye al crecimiento y desarrollo económico de cualquier país. (p. 7). Es así, como en Colombia se han generado normativas en materia de juventud y emprendimiento, puesto que nos indica Buitrago (2014) El emprendimiento necesita de políticas públicas que contribuyan a fortalecer las empresas y los negocios creativos, así como a brindarles las garantías necesarias para que permanezcan en el tiempo y se conviertan en el futuro de la economía del país. (p .11). desde 1995 cuando se crea la Consejería Presidencial para la juventud, la mujer y la familia (CPEM, párr 1) con el objetivo de

dar cumplimiento a la Convención para la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer, así como a otros compromisos de orden internacional, y como respuesta a solicitudes del movimiento social de mujeres de Colombia, de esta manera el tema se ingresa en la agenda nacional por medio de los CONPES como se enuncio anteriormente; pero hasta 1997 se da la ley 375 en la cual se reconoce que la juventud debe acceder así como a la educación a y una etapa creativa, vital y formativa como indica el artículo 8 de la ley en mención. En esos años se crearon entidades para la juventud así como actividades para fortalecer sus procesos académicos y recreativos.

Posteriormente, mas exactamente 9 años después con la Ley 1014 de 2006 bajo la cual se dictan disposiciones para el fomento a la cultura del emprendimiento, buscan generar empleo y aumento de riqueza definiendo una área específica de formación para el emprendimiento y la creación de empresa, incorporada al currículo y desarrollada en el plan de estudios. Un reto bastante grande para el Estado en ese momento pues se debían modificar los pensum escolares para formar a los jóvenes en cátedras empresariales. De esta manera a partir del Estado se incluyen programas en el Plan de Desarrollo Nacional (PND) 2008-2012 que buscan mejorar las condiciones laborales de los jóvenes como “mi primer empleo” y la Ley 1429 de 2010 donde se busco fortalecer el acceso a microcréditos para que los jóvenes menores de 28 años pudieran empezar sus emprendimientos ya fuesen rurales o urbanos. La distribución de los emprendimientos en estos años los mostraremos a través de una gráfica posteriormente.

Figura 5: Crecimiento de los macrosectores en emprendimiento



Fuente: Por los investigadores del documento basado en Buitrago, J. (2014).

La Figura 5 muestra que, según la población encuestada, los macrosectores económicos con mayores perspectivas de crecimiento en emprendimiento son: comercio, con un nivel de importancia de 60,3%, industria, comercio y tecnología, 55,7%; turismo y servicio, 48,1 %; minas y energía, 41,4%; vivienda y construcción, 41,1%; agricultura, 38,6%; cultura y recreación, 32,95%; educación y salud, 37,1%. Así como desde el Gobierno se buscaron leyes que incentivarán el emprendimiento juvenil como es la Ley Projovent Colombia joven (2016)

Es una iniciativa del Ministerio del Trabajo que busca promover la generación de empleo y el emprendimiento juvenil a través del desarrollo de mediadas para la eliminación de las barreras que impide que los jóvenes accedan al mercado laboral e inicien su vida productiva.

Adicionalmente destinará recursos para fomentar, financiar y brindar asistencia técnica empresarial al desarrollo de emprendimientos; se instaurará una exención del pago del registro

mercantil y su renovación para empresas de jóvenes y se crearán oportunidades de empleo y emprendimiento. (párr. 8)

Es así como podemos ver casos en Colombia de jóvenes que han realizado sus actividades de emprendimiento, casos exitoso como según Ortega (2016)

Freddy Vega. a los 18 años de edad, este ingeniero colombiano, creó su primera empresa: Cristalab, una de las comunidades virtuales de formación en diseño interactivo más importantes de habla hispana, la cual hoy en día tiene más de 2 millones de visitas únicas mensuales. Además, en el 2012, fundó Mejorando.la, una plataforma educativa que enseña a las personas sobre tecnología, por medio de charlas y cursos en la Web, y que en el 2013, obtuvo alrededor de 1 millón de dólares en ingresos.(párr. 4)

Adicional como los espacios de Según Colombia Joven, el país y su capital tienen lo necesario para ser anfitrión de la cumbre juvenil. Los procesos de participación y de política pública local, y temas de importancia nacional como educación, empleo y emprendimiento, se están enfocando en los jóvenes.

No obstante de manera distrital en el 2006 se empezaron a generar decretos para los jóvenes como la Política para la juventud a nivel Bogotá donde se buscaba fortalecer aquellos procesos de la población objeto de estudio Decreto (2006) Promover la articulación entre el ámbito educativo formal, para el trabajo y Desarrollo Humano e informal, con el ámbito técnico, tecnológico, universitario y del mercado laboral (p. 13). De esta manera en Bogotá la plaza de oportunidades se abre y así mismo se busca fortalecer los proyectos de los jóvenes dando paso a las mesas de juventud las cuales bajo las entidades competentes como Secretaria de integración

social quién es quien tiene mayores alcances en el trabajo con los jóvenes con respecto al acompañamiento que brindan a las actividades de los jóvenes, no obstante la secretaria de desarrollo económico los cuales brindan según la revista dinero (2014) En los CDEL además de atender las inquietudes de los ciudadanos en temas de emprendimiento, productividad y competitividad se vienen realizando reuniones informativas en diferentes espacios y con diferentes grupos, para explicar los beneficios de este proyecto. (párr. 4).

Es así como podemos ver iniciativas en Bogotá como CLIC, un congreso para "Romper la cabeza". Donde se reúnen emprendedores como nos indica Florián (2016) con algunas de las mentes más creativas e innovadoras en diferentes áreas: arte, ciencia, tecnología, música, emprendimiento, entre otras. (párr. 1) evento patrocinado por la Cámara de Comercio de Bogotá el cual siempre ha estado en el proceso de apoyo a los emprendedores y ha trabajado por la formalización de estas empresas nuevas y de los jóvenes.

Existen casos exitosos en Bogotá de emprendedores jóvenes y creativos que han logrado cimentar sus ideas en hechos reales como nos indica Florián (2016):

SocialColectivo: ha diseñado un espacio físico en Bogotá, ideal para convocar y reconocer los saberes que habitan en la ciudad para compartir su conocimiento de forma ágil a través de internet. Se documentará el conocimiento, aprendizajes y experiencias en streaming, editando pequeñas cápsulas con lo más relevante vivido, las cuales serán compartidas en su plataforma web: CoAcademy. Esta plataforma tiene como objetivo servir de modelo ejemplar de aprendizaje colaborativo y repositorio de conocimiento práctico en español. Las temáticas en las que podremos participar y experimentar son: Emprendimiento y Negocios, Ciencia y Tecnología,

Bienestar y Cultura y Diseño y Creatividad, sobre las transversales de Educación, Sostenibilidad, Innovación y Niños. (párr. 3).

7.2 Economía Naranja (creativa):

Por otro lado es importante que revisemos los conceptos pertinentes de la investigación, pues van articulados con el tema del emprendimiento juvenil, es por esto que comenzaremos por definir uno a uno.

Economía según la real academia es 2.f Conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectivo de un individuo. 3.f. Ciencia que estudia los métodos más eficientes para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos. Y 4.f. Contención o adecuada distribución de recursos materiales o expresivos.

Naranja: según Buitrago y Duque(2013) refiere a: el color naranja se suele asociar con la cultura la creatividad y la identidad. A través de la historia este color se ha referido como de la alegría, la cultura y la espiritualidad. (p. 42)

Creativa: nos refiere Buitrago y Duque(como citó a Howkins, 2013) comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos. (p. 15)

Una vez indicados estos conceptos, referiremos a que hace referencia explícitamente la economía naranja o creativa, pues nos indica Newbigi (2010):

Esta larga y compleja herencia cultural es la que diferencia a la economía creativa de cualquiera de los demás sectores de la economía. De hecho, la actividad cultural no fue concebida como un componente de la economía durante una buena parte de la historia

humana. Comprendía aquellas actividades con las que la gente se comprometía una vez dejaba de trabajar, pero que no eran parte de su vida laboral. (p. 13).

De esta manera podemos darnos cuenta que se presenta al incentivar o dar a conocer procesos que generan ingresos desde actividades culturales de innovación en la cuales como nos indica Buitrago y Duque (2013) corresponden al 6% del PIB mundial(p. 98) una cifra nada despreciable, adicional que es la cuarta fuerza laboral del mundo teniendo en cuenta que muchas veces este tipo de expresiones son informales o no cuentan con los suficientes incentivos o apoyos en su desarrollo interno y que muchas personas de la sociedad creen que por ser cultura debe ser gratuita.

Por otra parte, es importante tener claro que en este proceso sus actores como nos indica Newbigi (2010):

Las industrias creativas se rehúsan a quedarse quietas y a ser medidas como otros sectores de la economía. (...) muchos participantes activos y representativos de este sector creen que no forman parte de ninguna industria. De hecho, son propensos a definirse a sí mismos más como creadores, emprendedores, artistas o incluso activistas sociales antes que como trabajadores industriales. Pueden optar por no definir sus actividades en términos económicos. Pero las industrias creativas también incluyen algunos de los negocios más grandes del mundo, como son los productores de software y los conglomerados de los medios de comunicación. Juntas, estas industrias, grandes y pequeñas, están convirtiéndose en una parte cada vez más significativa de la economía global.(p. 14)

7.2.1 Visión internacional. Se encuentra que a nivel mundial, el BID calcula que si se unieran todos los ingresos generados por la economía naranja, éstos podrían configurar la cuarta

economía a nivel global, esto es 20% más grande que la de Alemania. Sería el noveno mayor exportador de bienes y servicios con US\$646.000 millones –más del doble que las exportaciones de petróleo de Arabia Saudita– y la cuarta fuerza laboral del mundo, con más de 144 millones de trabajadores (casi lo mismo que el empleo total que genera Estados Unidos).

En momentos en que los precios del petróleo están por el suelo y en los que el fenómeno de El Niño amenaza la productividad cafetera, la economía naranja emerge como una gran oportunidad de desarrollo.

7.2.2 Visión Regional. En el caso de Argentina en Buenos Aires, hay cinco distritos especializados: audiovisual (cine, video, radio y televisión), editorial (libros y publicaciones) diseño (gráfico, industrial, moda, interactivo), de las artes escénicas y visuales (teatro, danza pintura, etc.), deporte y tecnológico; donde este último, por ejemplo, inauguró los esfuerzos del Gobierno de la ciudad bajo esta nueva lógica económica y los resultados son prometedores. Actualmente, unas 275 firmas locales y globales operan en las 200 hectáreas de terreno urbano que conforman el distrito tecnológico.

No obstante que para el año 2007, casi la mitad de las producciones y comerciales creados en Argentina fueron destinados a la exportación. Actualmente, es el tercer mayor exportador de formatos televisivos después del Reino Unido y Estados Unidos.

En el 2016, año de producción récord de cine, con casi 200 estrenos, más del 14% del público espectador consumió películas locales, superando a Chile, Colombia o México, países donde la cifra aún no alcanza los dos dígitos. Entre 2013 y 2015, el poder de convocatoria de las películas nacionales aumentó un 90 por ciento.

Al igual que el cine, Argentina tiene reputación probada en otras actividades: creatividad publicitaria -al mantenerse entre los cinco o seis países más premiados en el festival Cannes Lions; en el reconocido informe Gunn Report, que analiza el desempeño de campañas y agencias publicitarias en los principales festivales y certámenes creativos a nivel local, regional e internacional- Argentina se ha mantenido entre los primeros diez países del mundo. Y una historia similar ocurre con el diseño de modas, y la actividad en los teatros comerciales.

Así mismo el impulso creativo necesita una mentalidad de negocios para tener éxito económico y Argentina cuenta con un ecosistema emprendedor que se ha desarrollado con los años, gracias a una generación de jóvenes talentosos que encontraron inspiración para crear empresas durante el auge de las punto com, en los años noventa, donde ahora invierten o participan como mentores en empresas de una nueva generación de empresarios, entre los que se cuentan varios de esta economía creativa de la que no es difícil imaginar, podrían surgir otras historias de éxito de dimensión internacional. (Frias, 2017)

Por otra parte Felipe Buitrago Restrepo, consultor de la División de Asuntos Culturales, Solidaridad y Creatividad en el BID, advierte que no es tan fácil reemplazar actividades tradicionales por las que comprenden la economía naranja, pues éstas están dispersas en las estadísticas oficiales, por lo que “es muy difícil hacer seguimiento a sus dinámicas, comprender su impacto en la creación de empleo y las oportunidades que representan como conjunto”.

7.2.3 Visión Local. Colombia es pionero a nivel mundial, y gracias al trabajo serio y sostenido por parte del Ministerio de Cultura y del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), que hoy el país tiene la Cuenta Satélite de Cultura (en donde se registra la contabilidad focalizada de la economía naranja) más antigua. Esto es un paso muy importante

para la visibilización de la economía naranja y el aprovechamiento de sus oportunidades (...) la economía naranja le ofrece a Colombia la oportunidad infinita de convertir su riqueza cultural en la base de su riqueza material. Esto significa reemplazar la dependencia actual en la volatilidad de los precios de las materias primas y las manufacturas de bajo valor agregado, por la inagotable e irremplazable versatilidad de las denominadas ‘mentefacturas’.

Ahora bien los avances alcanzados por Colombia no son fortuitos. Comprendida como una política de Estado –es decir, que trasciende de gobierno a gobierno– los esfuerzos orientados a la cultura desde una perspectiva económica cumplen más de una década y han permitido fortalecer la economía naranja de la mano de una sociedad civil cada vez más profesional que entiende la dinámica del emprendimiento como una apuesta de sostenibilidad y mercado; este Gobierno en los últimos cuatro años, ha promulgado leyes que son absolutamente trascendentales y que han hecho crecer al sector como la Ley de Cine –que hace que Colombia sea un escenario ideal para rodaje de películas– o la Ley de Espectáculos Públicos, que permite que se formalice el sector de las artes escénicas.

“El gran desafío que tiene Colombia está en superar, por un lado, un déficit comercial en materia de creatividad, que es lo que nosotros importamos versus lo que el mundo compra de nuestros bienes y servicios creativos. Y también la balanza de pagos creativo, que es lo que nosotros le pagamos al mundo por licencias y regalías y lo que el mundo le paga a Colombia por ellas. Hoy tenemos un déficit muy cercano a los US\$2.000 millones”. (El espectador.com, 2015)

Sin embargo a nivel nacional se impulsa Cali Creativa: una plataforma para impulsar la economía naranja la Cámara de Comercio de Cali, en compañía de la Alcaldía, lanzó una plataforma para impulsar la industria creativa que mueve alrededor de \$5 billones anuales en el

Valle del Cauca, la cual es la nueva apuesta de la región vallecaucana para impulsar las empresas de la región en torno a la industria naranja, un sector que aporta aproximadamente 3,5% al Producto Interno Bruto (PIB) del País. Cifras reveladas por la Cámara de Comercio de Cali muestran que existen 8.336 empresas pertenecientes al sector, entre las que se encuentran empresas de diseño, artes visuales, servicios creativos, artes escénicas, esparcimiento, educación y editoriales entre otras.

Por consiguiente, Cali Creativa busca impulsar la industria naranja a través de varias estrategias de apoyo a estos negocios. La primera es la creación de una plataforma de contenidos dedicados al emprendimiento y desarrollo de ideas en torno a la economía creativa, que se trata de www.calicreativa.com, una plataforma que después de 4 meses en fase piloto, ha logrado más de cinco millones de visitas y casi dos millones de personas impactadas, las demás estrategias están enfocadas en eventos de impulso a la ciudad, ruedas de negocios, formar una red de proveedores, espacios de networking y la creación de un programa de aceleración de empresas creativas. Además, Cali Creativa cuenta con el apoyo de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Cali, donde están trabajando para generar oportunidades para la creación de empresas en este sector que aporten a la generación de ingresos y empleo para las comunidades vulnerables.

Los beneficios de la Ley Naranja en el emprendimiento en Colombia reconoce que la realización de estos sueños es un esfuerzo colectivo en el que participan múltiples agentes y dentro de los cuales los emprendedores son articuladores esenciales para que las ideas se transformen en la base de una economía en la que los millones de barriles de petróleo día (mbpd) son desplazados por los *peta bytes* mes (pbm) como punto de referencia; antes de que se

promoviera esta ley, la primera de su tipo en América Latina y la tercera en el mundo, varias entidades de los órdenes nacional y local crearon programas con la finalidad de promover el emprendimiento creativo. Por ejemplo, desde 2012 iNNpulsa y el Ministerio de Cultura adelantan acciones en este sentido.

En una primera fase otorgaron recursos para cofinanciar seis proyectos. Y más adelante, crearon una segunda parte que traspasó las fronteras. Los beneficiarios fueron siete organizaciones de apoyo al emprendimiento cultural y siete emprendedores que vivieron un proceso de inmersión en el School for Creative Startups que les permitió conocer las mejores prácticas en todo ecosistema en Gran Bretaña.

En el orden regional y local, una de las iniciativas a favor de este tipo de emprendimiento que más han avanzado en el país se encuentra en la capital de la República. En Bogotá, que concentra más de 90% de las empresas creativas y según la Cámara de Comercio se viene construyendo una Política Pública de Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas que marcará los derroteros en este campo. “El reto de la Política Pública de Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas es crear las condiciones para que el capital simbólico de la comunidad sirva de plataforma para agregar valor a productos que irrigen bienestar económico en todos los segmentos de la sociedad y proteger las instancias de la cultura que construyen cohesión social en el territorio”. Así mismo, por medio de los Nodos de Emprendimiento Cultural, la entidad impulsa acciones que permiten la articulación entre agentes e instituciones del sector cultura en siete municipios: Manizales, Buenaventura, Barranquilla, Pasto, Bucaramanga, Ibagué y Cartagena. (Revista Dinero, 2017)

De otro lado en Bogotá el Bronx y la economía naranja en la localidad de Los Mártires se convertirá en el centro creativo de Bogotá. La apuesta del Distrito será revitalizar la economía del sector del Voto Nacional y La Estanzuela con la denominada industria naranja, para modernizar y repotenciar la economía del sector del Voto Nacional y La Estanzuela. Esa es la meta de la administración con la revitalización del centro y, especialmente, las inmediaciones del Parque Tercer Milenio. La idea, además de atender las quejas de los comerciantes por la supuesta disminución del 30% en ventas por la presencia de habitantes de calle, es convertir esta zona en espacio para la creatividad, donde se pueda asentar la denominada economía naranja.

Datos de la Secretaría de Desarrollo Económico revelan que Bogotá reúne el 92 % de los servicios creativos del país. A pesar de esto, la ciudad no cuenta con una política definida para esta industria, limitando su potencial. Para cambiar este panorama, el alcalde Enrique Peñalosa anunció que en la antigua zona de influencia del Bronx se ubicará el centro de operaciones que impulsará a este mercado y que el proyecto de renovación urbana del Distrito C será la consolidación de un espacio de 2,27 hectáreas dedicado al diseño, la producción y la promoción de los sectores que componen esta industria en Bogotá. En total, 28 mil empresas de industrias creativas y culturales hacen presencia en la ciudad, de las cuales 10.326 se dedican a crear soluciones de software; 7.311, a la publicidad; 4.539, a logística de servicios; 1.737, al sector audiovisual, y 1.464, a la producción de libros y publicaciones. Otros sectores importantes, según cálculos del Observatorio de Desarrollo Económico de Bogotá, son el diseño, que cuenta con 830 empresas; las artes escénicas y espectáculos artísticos, con 707; la música, con 696; la creación y propiedad intelectual, con 555, y las artes visuales, con 407 empresas.

Se tiene planteado la conformación de un “Distrito naranja”, que es una oportunidad para darles un nuevo aire a zonas deprimidas como el antiguo Bronx, que por 17 años estuvo bajo la

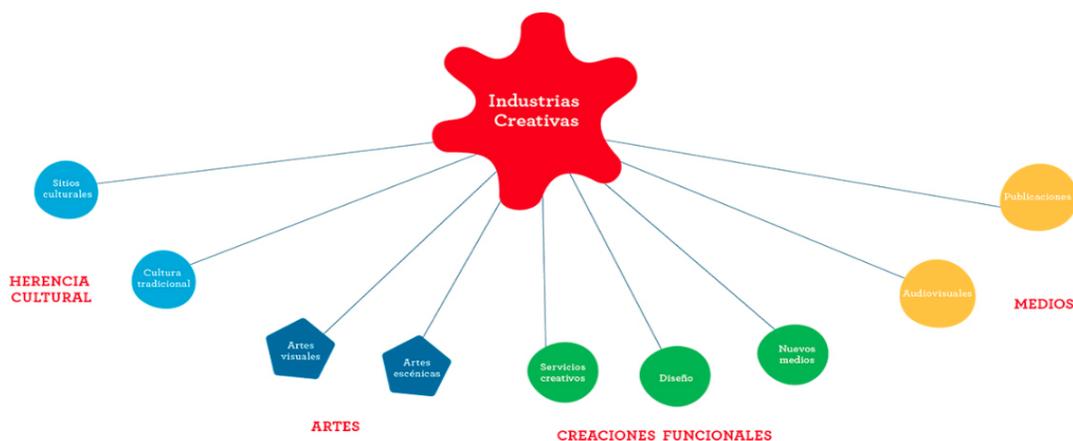
sombra de la delincuencia. Un ejemplo es Salvador de Bahía, en Brasil, donde una antigua zona en donde proliferaba la prostitución, el crimen y el tráfico de drogas se convirtió en el centro de la cultura de la ciudad. Otro ejemplo es la región del Ruhr, en Westfalia (Alemania), donde se recuperaron antiguas bodegas y sitios de producción de carbón, para convertirlos en zonas de exposiciones culturales como museos.

Con esta visión, de lo que podría ser el Voto Nacional, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá, una de las entidades que encabeza este proyecto, está confiada en lograr la transformación que tanto necesita el centro de la ciudad, especialmente para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Además, reveló, el desarrollo e implementación de este tipo de iniciativas ha permitido la generación de valor económico, valor cultural y mayor bienestar social en otras ciudades. “Este nuevo proyecto de renovación urbana se desarrollará en lo que hasta hace un año se conoció como el Bronx, dándole nueva vida y aspecto a este sector. Se destaca el desarrollo de industrias creativas como el cine, el teatro, el diseño, entre otros. Este lugar será el ancla para convocar a los empresarios de la cultura, artistas y creativos”, informó la secretaria María Claudia López. (El Espectador, 2017)

7.3 Emprendimiento Creativo

Según la red de industrias creativas (2017) se refiere a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por *copyright* y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Las industrias creativas incluyen los sectores editorial, multimedia, audiovisual, fonográfico, producciones cinematográficas, artesanía y diseño. Se clasifican de la siguiente manera:

Figura 6: Industrias creativas



Fuente: <https://reddeindustriascreativas.com/>

Herencia cultural: Sitios culturales, Sitios arqueológicos, museos, bibliotecas, exposiciones, etc. Y Expresiones culturales tradicionales Artes y oficios, festivales y colaboraciones

Artes: Artes escénicas, Música en vivo, teatro, danza, ópera, circo, etc, Artes visuales, Pintura, escultura, fotografía y antigüedades.

Medios: Edición y medios impresos, Libros, prensa y demás publicaciones, Diseño, Interiores, gráfico, moda, joyería y juguetería, Audiovisuales, Cine, televisión, radio, otras dimensiones, Medios nuevos, Programas de informática, juegos de consola, contenidos creativos digitalizados

Creaciones funcionales: Medios nuevos, Arquitecturales, publicitarios, I+D creativos, culturales y recreativos. (párr. 5)

De esta forma encontramos que este mercado aún nuevo y en exploración comprende variables en su composición, es por esto que nos refiere Ingouville (2016) Una idea creativa y sustentable suele ser el rasgo diferencial en mercados cada vez más competitivos. Innovar requiere de un grupo de personas trabajando colaborativamente, un espacio donde la confianza y fluidez en la comunicación permitan crear valor y soluciones capaces de mejorar nuestro día a

día, desde: La motivación dirigida, la creatividad, la experimentación, la mejora continua (párr. 4)

Es importante tener presente que el proceso de reconocimiento de los emprendimientos creativos es realmente nuevo dentro de los procesos económicos y de mercado, es por esto que aunque encontramos casos a nivel mundial y sabemos que hacen parte de esa tendencia económica, no necesariamente se reconocían como procesos creativos, es así como nos refiere Newbigi (2010) De hecho, la actividad cultural no fue concebida como un componente de la economía durante una buena parte de la historia humana. (...)Esto sucede incluso hoy, pues las industrias creativas son expresiones de valor cultural y económico.(p. 13)

No obstante, muchas personas están inmersas en este sector, pero no tienen conocimiento que pertenecen a la misma. Es necesario tener como pilar en su proceso de creación la propiedad intelectual así como nos indica Newbigi (2010) La Ley de propiedad intelectual es el catalizador que convierte la actividad creativa en una industria creativa: protege el derecho de propiedad que tienen los dueños sobre sus ideas, (...) les da a los inventores de productos y procesos nuevos los medios para obtener beneficios de su creatividad, y plantea un marco conceptual en el que empresas e individuos creativos pueden desempeñarse con seguridad. (p. 15). Así mismo encontramos que este proceso lo realizan personas sin saber que se puede realizar de manera profesional y es así como Newbigi (2010) Aunque esta separación entre profesionales y aficionados siempre será parte de la actividad cultural, cada vez más personas, sobre todo jóvenes, quieren hacer carrera en las industrias creativas. Un sondeo británico reciente encontró que el 30% de la gente joven quiere hacer una carrera en el sector creativo, a pesar de que sólo el 11% lo consigue. (p. 18).

7.3.1 Visión Internacional. Así en el mundo a partir del siglo XX uno de los primeros en apoyar esta industria fue Woodrow Wilson quien impulso en ese momento la naciente industria cinematográfica, así como mas adelante se impulsaría la música y el desarrollo de software. En otros países como relata Newbigi (2010) El Gobierno de Australia, por ejemplo, tomó la delantera en este sentido con la redacción de un visionario documento llamado Creative Nation, publicado en 1994. En él se aseguraba que “una política cultural también es una política económica” y que “el nivel de nuestra creatividad determina, en gran medida, nuestra habilidad para adaptarnos a los nuevos imperativos económicos”.(p. 19). Pero esto no queda allí el primer país en realizar un mapeo de estas industrias fue Reino Unido según Newbigi (2010) El trazado del mapa de las industrias creativas británicas causó gran sorpresa. Aun bajo una definición relativamente estrecha, este grupo de industrias, que nunca había llamado la atención del Gobierno, representaba el 8% de la actividad económica total y empleaba entre el 7% y el 8% de la población laboralmente activa.(...) Pero el naciente Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS, en inglés) y enunció trece sectores de la actividad cultural y económica británica que no sólo se adaptaban a esta definición, sino que además representaban fielmente los dos más grandes segmentos dentro de la economía creativa: las industrias relativamente nuevas basadas en la creatividad y el emprendimiento, y las tradicionales industrias culturales de las que aquellas se desprendían. Los trece sectores identificados fueron los siguientes: • Artesanías • Arquitectura • Artes escénicas • Artes y antigüedades • Cine • Diseño • Editorial • Moda • Música • Publicidad • Software • Software interactivo de entretenimiento (juegos de video) • Televisión y radio. (p. 21)

Algunos casos que veremos como el que nos indica Newbigi (2010):

‘Sohonet’ El distrito de Soho, localizado en el centro Londres, ha sido el escenario preferido para muchas empresas pequeñas relacionadas con los negocios del cine y de los medios de comunicación. (...) Tal fue el origen de la red Sohonet, que permitió que aquellas empresas pequeñas conformaran un consorcio capaz de competir por grandes contratos en el área de imágenes generadas por computador (CGI, en inglés) para los estudios de Hollywood. (p. 37)

De esta manera y no solo en el Europa como nos indica Buitrago y Duque (2013) en Latinoamérica y el Caribe pueden emplear sus masivos recursos de talento creativo y de patrimonio cultural para generar una interesante ventaja comparativa. (p. 71)

7.3.2. Visión Regional. En el desarrollo de estas industrias creativas donde los jóvenes participan con sus saberes artísticos y culturales. en nuestra región encontramos casos como nos dice Newbigi (2010):

En 1968 se fundó Manos del Uruguay, una cooperativa sin ánimo de lucro que apoya tejidos y productos de artesanos rurales. Actualmente la compañía cuenta con una red de diecisiete cooperativas que emplean trescientos cincuenta trabajadores calificados, cuyos productos se venden en los principales almacenes de moda de Estados Unidos, Europa y Japón. Manos del Uruguay también se relaciona con alrededor de doscientos emprendedores creativos independientes, los cuales producen artesanías a base de materiales locales y las distribuyen por medio de una cadena de almacenes locales.

México Carla Fernández, directora artística y fundadora, Taller Flora Carla es la fundadora del Taller Flora, una marca de moda y un laboratorio itinerante que viaja por todo México visitando comunidades indígenas, especialmente cooperativas femeninas que se especializan en tejidos artesanales. “En contradicción con el estereotipo kitsch de

la moda mexicana que se conoce afuera, los patrones antiguos reflejan una muestra elaborada de pliegues, dobleces y costuras que se unen para constituir prendas hechas exclusivamente a base de cuadrados y rectángulos”, explica Carla. Ella cree que lo único que puede evitar la extinción de las técnicas de los textiles tradicionales es un diseño contemporáneo radical. Gracias a una base creciente de artesanos, el modelo de negocio de Taller Flora también resulta innovador, pues promueve una red de comercio justo y una serie de políticas ambientales que fomentan buenas prácticas en el mundo de la moda. Además, en dicho modelo convergen la industria y el talento de un modo tal que le permite incorporar prácticas de manufactura existentes para darle a México la oportunidad de trascender su papel de “fabricante de ideas foráneas”, a la luz de un estilo totalmente local y contemporáneo.

Brasil Paula Dib, fundadora y socia, Trans.Forma Design Trans.forma es una consultora en diseño que desarrolla diseños de producto en asociación con comunidades artesanales en todo Brasil. “Como una diseñadora con conciencia social, mi trabajo siempre se ha adelantado a través del contacto con las comunidades y a través de programas de enseñanza para comunidades que conocen el oficio”, dice Paula. Al trabajar con las comunidades artesanales y sugerirles nuevos colores, materiales y formas, Paula trata de sacar lo mejor de cada uno de los artesanos, al tiempo que aumenta su autoestima y destaca su contribución a la cultura local. “Mi objetivo máximo consiste en poner en contacto al Brasil local y en desarrollo con el Brasil rural a través del diseño y el desarrollo de productos que generen ingresos para las comunidades rurales artesanales y que refuercen sus culturas y sus identidades regionales”. (p. 70)

7.3.3 Visión Local. Así mismo como esto ha sucedido en varios lugares del mundo Colombia no es la excepción y por esto mostramos el caso de:

Gabriel Zapata, director administrativo, Acción Impro Después de trabajar en un taller automotriz, Gabriel Zapata le dio un giro drástico a su vida y pasó a trabajar en Acción Impro, una compañía teatral de improvisación localizada en Medellín: “Me di cuenta de que el grupo tenía un talento enorme, pero muy poca idea de lo que significaba funcionar como una empresa”, dice Zapata. “En Colombia es imposible vivir solo del teatro, por lo que fue necesario reinventar el modelo de gestión e incluir presentaciones a compañías privadas que necesitaran difundir sus valores corporativos a sus empleados por medio de pequeñas obras o números teatrales”. Gabriel ha convertido a Acción Impro en una compañía próspera y sostenible, y ha participado en los festivales internacionales de improvisación más importantes del mundo hispanoparlante

En Bogotá como nos cuenta Motoa (2017) Un grupo de 35 adolescentes y jóvenes que en el pasado vivían entre las calles, las pandillas, la droga y el crimen ahora recogen los primeros frutos de un emprendimiento. Todos cumplen sanciones de tipo penal por distintos crímenes, bajo la custodia del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (Icbf). El proyecto se llama Misterio Natural, y lo realizaron gracias a una alianza del Icbf con la Fundación Amis. Primero los formaron, luego les mostraron distintos tipos de negocios que podrían emprender y finalmente, tras un consenso, ellos decidieron que la perfumería sería su camino productivo “Decidimos montar nuestra microempresa de perfumes, con la proyección de expandirla a cosméticos en general. Tenemos insumos entregados por la fundación. Nuestros recipientes son de vidrio virgen, para evitar impurezas. Les hacemos la regla de las tres veces, que es limpiar cada envase esa cantidad de ocasiones”, continúa el joven, de 19 años, con el semblante sonriente y apropiado del discurso técnico. Su piel es blanca y su pelo está bien cuidado.

Figura 7: Proyectos de personas entre los 18 y 35 años

PROYECTOS DE PERSONAS ENTRE LOS 18 Y 35 AÑOS

Las cifras de registros corresponden a los dos primeros meses del 2018

Por localidades:



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá

Fuente: <http://www.eltiempo.com/bogota/abren-convocatoria-para-mostrar-emprendimientos-en-bogota-201850>, tomado de la cámara de comercio de Bogotá.

Así, en Bogotá vemos con las cifras anteriores, que existe una gran cantidad de jóvenes con emprendimientos con la cámara de comercio de Bogotá como nos indica Cruz (2018) se da un ADN innovador. Una diversa gama de servicios se satisfacen hoy gracias a los emprendimientos de jóvenes. Y es que según las matrículas hechas tan solo en los dos primeros meses del 2018, de las 16.565 empresas que se registraron en Bogotá, 5.925 fueron inscritas por jóvenes entre los 18 y 35 años. Por esa razón fueron beneficiadas con la exención del pago de la matrícula mercantil, y la renovación de esta después del primer año, según lo contempla la Ley 1780 que fomenta el empleo y la pequeña empresa en jóvenes. (párr. 21)

7.4 Marco Teórico

La economía naranja o creativa como la hemos referido a lo largo del documento, es aquella que los jóvenes población objeto de estudio, realiza en sus actividades artísticas y culturales, sin siquiera saber que están realizando este tipo de actividad económica, de esta manera nos indica Hawken (2012) de esta manera la consolidación de la cultura de la innovación es un ejercicio complejo, en especial en organizaciones maduras que atienden en general a la tradición y a las estructuras burocráticas. En esa búsqueda se hace indispensable modificar la mentalidad del grupo de dirección y del grupo de base; en ambos se encuentran hábitos que pueden entorpecer el camino hacia la innovación permanente.(p. 12).

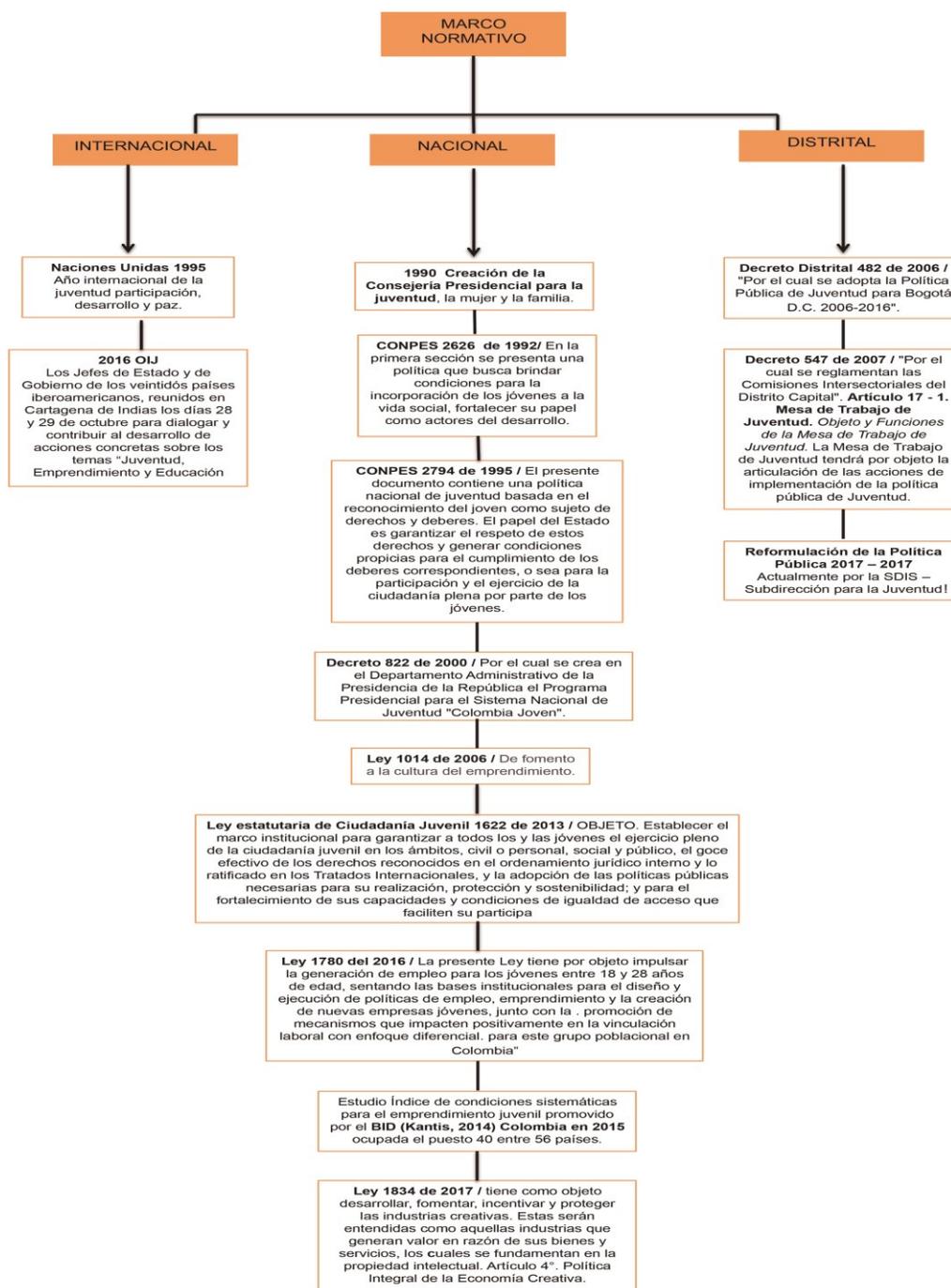
De esta manera los jóvenes emprendedores como refiere Hawken (2012) deben reconocer el reto, en él deben darse altos niveles de convicción, de arrojo, de perseverancia y una pasión total por el deseo del logro.(p. 13) Puesto que los procesos que refieren este desarrollo económico no son sencillos de formalizar y de mantener, así mismo es vital que los jóvenes hacedores de proceso artístico entiendan como nos indica Newbigi (2010):

El término ‘economía del conocimiento’ que es mucho más amplio que el de ‘economía creativa’. Fue utilizado por primera vez por el teórico de la administración austríaco Peter Drucker y es, también, objeto de debate. La define como el “uso de tecnologías del conocimiento para producir beneficios económicos y generar empleos”. En algunas ocasiones se aplica indistintamente del término ‘sociedad de la información’, que, por supuesto, tiene un alcance mayor. Es “una sociedad en la cual la creación, la difusión, el uso, la integración y la manipulación de la información son actividades significativas desde el punto de vista político y cultural”. En 1997, la Unión Europea se planteó la meta de convertirse en una “sociedad de la información” para el año 2010 y

rebautizó uno de los departamentos del Directorio General de la Comisión Europea con el nombre de DG Sociedad de la información (p.27)

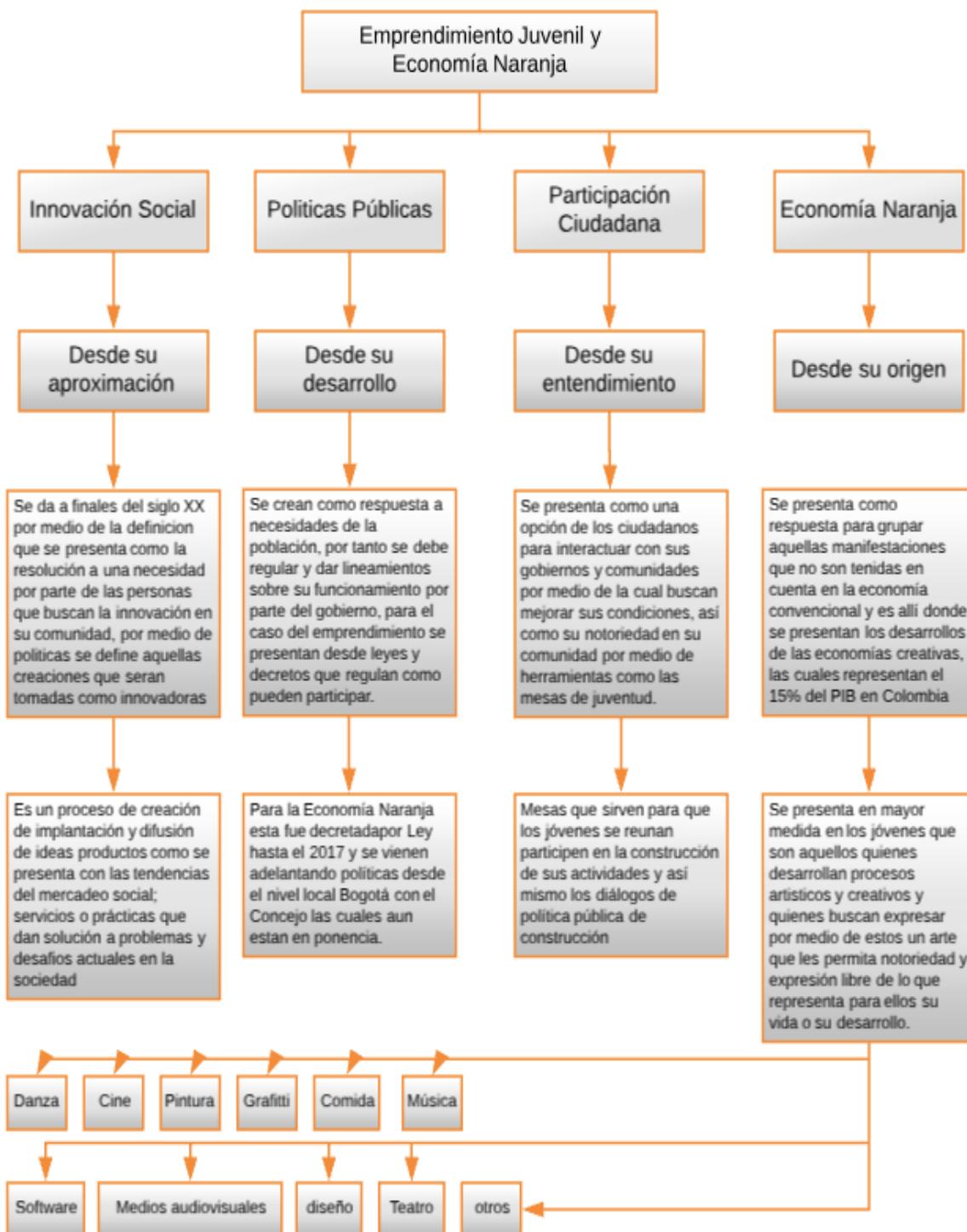
Así, En este momento Colombia el tema de los emprendimiento juveniles es un tema que esta tomando mucha fuerza entre los jóvenes pues con las condiciones de la empleabilidad en el país es una gran opción para ellos, si bien existen en este momento varias ferias para poder mostrar sus productos o servicios, depende en gran medida que ellos puedan conocer sobre información y en algunas comunidades el acceso a la web o a las redes sociales donde principalmente se divulgan estas convocatorias es muy complicado para ellos puesto que sus condiciones socioeconómicas no son suficientes para poder acceder a ellas. Adicional a esto la economía naranja reconocida como política del país hasta ahora se empieza a tener en cuenta dentro de la agenda de discusión, es así como en el 2017 se aprueba la Ley de la economía naranja donde se empieza a delinear la protección a estas expresiones creativas a lo largo de su recorrido por la historia, es así como va de la mano con el tema de emprendimiento el cual mostraremos como se puede ver su desarrollo en el mundo y en el país; Puesto que el cultivo creció 19,1%, según la Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA) y las actividades relacionadas con cultura y creatividad, cobijadas bajo la sombrilla de esta industria cítrica, aportan anualmente entre 3,3% y 3,5% del PIB nacional, según lo reseña el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (“Revista Dinero”, 2017)

Figura 8 : Marco Normativo sobre la juventud.



Fuente: Por los investigadores del documento. Compilación de la normatividad desde el plano internacional hasta el distrital.

Figura 9: Relación del emprendimiento juvenil y la economía naranja



Fuente: Por los investigadores del documento. Análisis de las variables que permiten una relación entre el emprendimiento juvenil y la economía naranja, en donde se identifican temas en relación a la gerencia social (innovación social y políticas públicas).

8. Instrumentos De Recolección De Información

La población objeto de estudio son los jóvenes de Usaquén de las UPZ 09 y 11 los cuales se encuentran entre los 18 y 28 años, algunos han podido acceder a carreras de educación superior, pero que no se relacionan con las actividades culturales. Adicional, ellos realizan actividades artísticas las cuales han aprendido por medios empíricos pues solamente 2 jóvenes de los estudiados han tenido acercamiento con estudios artísticos.

Como lo afirma el Departamento Administrativo Distrital de Estadística (DANE, 2015) para el año 2016 la localidad contaría con una población de 103.056 jóvenes en el rango de edad de 14 a 28 años contemplado por la Política Pública de Juventud 2006 – 2016 vigente en la actualidad; de los cuales el 49% son hombre y el 51% son mujeres.

Por tal razón la población objeto de estudio son los jóvenes de Usaquén de las UPZ 09 y 11, estos tienen características socioeconómicas diferenciales a las de otros grupos poblacionales de la localidad que hacen parte del mismo ciclo vital, ya que en su mayoría son hijos de pobladores que llegan a la ciudad de Bogotá desde municipios aledaños. Adicional a esto hacen parte de la estratificación más baja de la localidad (estrato 1 y 2), lo cual tiene como efecto el que estén vinculados a la educación básica y secundaria en entidades educativas distritales, no cuentan de forma continua con la posibilidad de acceder a la educación superior.

En cuanto a los procesos artísticos se logra identificar que al interior de los procesos organizativos en el territorio se establecen estrategias de fortalecimiento de las habilidades de los jóvenes como una de las formas de mitigar la vinculación a bandas delictivas que se encuentran en la zona, sin embargo no se puede dejar de lado el potencial que tiene la población objeto en relación a su interés y destreza por las prácticas artísticas específicamente con mayor tendencia a la cultura Hip Hop, danza y teatro.

8.1 Taller Nominal

Este taller por su naturaleza, permite conocer las opiniones del grupo sin sesgar lo que cada participante pueda decir o pensar, para esto se plantean unas preguntas, las cuales se realizan a las personas del grupo y estas van respondiendo en hojas de papel sin saber que contestan los demás, a medida que se avanza se van juntando las respuestas de acuerdo a sus similitudes y sobre estas, se generan unas nuevos cuestionamientos los cuales se irán contestando de la misma manera hasta articular un concepto de la temática en cuestión o un mapa que permita identificar la trayectoria del concepto construido por el grupo objeto de estudio.

Al identificar un grupo de jóvenes en la UPZ 11 Verbenal, se realiza un taller de grupo nominal en donde se pretenden encontrar variables frente a la percepción que tienen los y las jóvenes sobre la Secretaría de Integración Social y más específicamente sobre la Subdirección para la Juventud. Se quiere analizar cuáles son esta debilidades y fortalezas que es encuentran en el colectivo que podrían ser potenciadas para promover la economía naranja entre los jóvenes.

8.2 Entrevista

Se realiza un acercamiento a dos actores que hacen parte del proceso investigativo con el fin de realizar un análisis de factores en común, puntos divergentes o propuestas que puedan alimentar el informe sobre el funcionamiento y las diferentes perspectivas que se tienen sobre la Subdirección para la Juventud de la Secretaría de Integración Social (SDIS).

La primera matriz DOFA de diligencia a partir de una percepción personal que se tiene sobre el funcionamiento de la Subdirección para la Juventud.

La segunda esta construida a partir del diálogo con jóvenes de la localidad 01 Usaqué, quienes tienen procesos artísticos o culturales en las UPZ 09 y 11.

Finalmente la tercera matriz contiene información sustentada a partir de una entrevista que se realiza al actual Subdirector para la Juventud Fady Villegas Cure, quien nos da una percepción sobre desde la parte interna de la entidad.

Se puede concluir que:

- Se encuentra población joven en la localidad que realiza acciones de forma independiente pero esta dispuesta a conocer el trabajo que hay por parte de la Subdirección para la Juventud.
- Tanto por parte de la entidad como de los jóvenes se espera la realización de canales de comunicación directa sobre la oferta institucional y la construcción es procesos participativos que beneficien a otros jóvenes.
- Pueda existir una falta de interés por parte de algunos jóvenes en vincularse a procesos institucionales.
- Falta o ausencia de diagnósticos desde las anteriores administraciones que sirvan como referente frente a las problemáticas de los jóvenes.
- Reconocimiento y formación del equipo territorial, lo cual es reconocido por parte de los jóvenes.
- Diversidad en los proyectos que maneja la Subdirección para la Juventud.
- Canales de comunicación directos y constantes con los jóvenes del territorio, por parte de diferentes actores de la Subdirección.
- Falta de publicidad y posicionamiento de las Subdirección en los territorios.
- Oferta y reconocimiento concentrado en las localidades donde se encuentran las Casas de Juventud.
- Tiempos institucionales diferentes a los que se dan en los territorios.

- Redistribución del presupuesto.

9. Mercadeo Social

El mercadeo entendido como una herramienta que permite el mejoramiento de los acciones e imagen de una organización en este caso la Secretaria de Integración Social - Subdirección para la Juventud, se establece como una estrategia a implementar en la búsqueda de respuestas en doble vía, tanto por parte de la población objeto de atención de la Subdirección (jóvenes), como por parte de la entidad distrital. Esto por medio de la promoción de las actividades que dan cumplimiento a su objetivo general; por una parte encontramos la atención y garantía al complemento de una Política Pública de Juventud y por otro lado la creación de espacios en pro de las prácticas artísticas como proyecto de vida personal y estrategia preventiva desde la colectividad.

Desde pues de realizar un diálogo con los dos actores principales durante el proceso investigativo (Jóvenes y experto en Juventud de la SDIS) se concluye qué es esencial generar una identidad a partir del mercado, ya que no solo se puede tener un reconocimiento general de la administración, sino que además de esto es importante que la población de jóvenes del distrito quienes son los beneficiarios de los proyectos de la Subdirección, reconozcan de forma clara que las acciones van encaminadas a un beneficio común en la sociedad, y esto se hace por medio de la creación de estrategias que permitan establecer una mayor cercanía de los beneficiarios a la entidad; lo que dará como resultado una mayor confianza, reconocimiento de la entidad y promoverá la participación de la ciudadanía.

Al realizar un trabajo de campo en donde se han realizado visitas a los jóvenes que hacen parte del segmento poblacional a trabajar, se logró identificar qué hay una cantidad significativa de factores sociales que pueden alterar o modificar la realización de las acciones creativas por

parte de los jóvenes. Lo cual puede afectar los resultados de la investigación, es importante lograr establecer contacto con más jóvenes de la localidad con el fin de realizar un árbol de problemas más amplio que permita establecer cuales son las mayores problemáticas que se presentan.

Durante el proceso de formulación proyecto se logro concretar que es esencial la creación de alianzas con otros actores sociales de la localidad como empresas privadas, con el fin de garantizar estrategias que promuevan la garantía del crecimiento de los procesos artísticos y culturales de los jóvenes.

Por otra parte es clave lograr generar una base de datos de todos lo procesos que se pueden presentar en los 2 territorios priorizados UPZ 09 y 11 de Usaquén como primer ejercicio de caracterización y real incidencia por parte de la Secretaria de Integración Social – Subdirección para la Juventud.

Por parte del grupo de trabajo se tiene claridad que los procesos que promueven la creación de economía naranja o creativa logra la modificación de realidades sociales de vulneración de derechos y desigualdad en las que se ven inmersas los jóvenes del distrito, estas acciones pueden lograr una mejora en las condiciones de vida de las familias y los territorios ya que este tipo de economía genera un ingreso del 15% PIB en Colombia. Por lo cual es importante que tanto entidades públicas como probadas promuevan el crecimiento de estas propuestas, ya que no solo se evidencia un crecimiento económico significativo, sino que adicional se promueve el liderazgo de los jóvenes en procesos participativos en sus entornos cotidianos.

Según lo dialogado con el Subdirector para la Juventud Fady Villegas Cure, se permite evaluar la dirección que a tomado el proyecto a lo que efectivamente asegura que el no contar con un presupuesto para la promoción de la entidad y de las acciones en caminadas a la garantía

de sus derechos que permiten el desarrollo de expresiones artísticas y culturales junto con el derecho al trabajo afecta la garantía de los mismo.

Adicional a esto es importante resaltar que también el experto en el tema de Juventud informa sobre la falta de fortaleza que se tiene en el país en cuanto la normatividad que apoya y promueve a la economía naranja, por lo que es importante revisar la normativa en temas de Así mismo, se llega a la conclusión de la vinculación de actores nacional ya sean el sector privado o público, entidades internacionales y demás actores de la sociedad son claves para la creación de alianzas que faciliten el ejercicio de la generación de recursos a partir del arte y la cultura.

9.1 Diagnóstico de tendencia

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
<i>Ebusiness</i>	Es importante revisar la definición de Ebusinnes que nos refiere Granja (2010) es la aplicación de las tecnologías de la información para facilitar la compraventa de productos, servicios e información a través de redes públicas basadas en estándares de comunicaciones. Tiene que existir en uno de los extremos de la relación comercial un programa de ordenador y en el otro extremo o bien otro programa de ordenador, o una persona utilizando un ordenador o una persona con los medios necesarios para acceder a la red. (párr. 8)	A pesar que el tema del emprendimiento se mueve en la red, los jóvenes no reconocen la oferta en las plataformas digitales por desconocimiento o desinterés, por lo que se recomienda dar uso a las redes para que los jóvenes se comuniquen y creen redes reales (por

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p>Esta tendencia nos habla del comercio en línea, pero así mismo es importante referir que en esta se habla desde el pensamiento de Beynon (2007) cualquier marco de eBusiness debe ampliar la noción de cooperación y colaboración empresarial más allá de la cadena de suministro. Es probable que el eBusiness contemporáneo se enmarque en una red de asociaciones comerciales de complejidad variable. Por lo tanto, eBusiness implica cooperación y competencia.(p. 15)</p> <p>De acuerdo a lo anterior se entiende que en la población objeto de estudio no solo debe realizar procesos de difusión por internet como paginas web o redes sociales, sino que debe ser un trabajo conjunto de los jóvenes, por medio de la integración de las tecnologías de la comunicación que les permitan realizar y potenciar sus negocios desde los diferentes campos que esta teoría trabaja como: el e-learning, Correo electrónico, Marketing electrónico y Guías electrónicas.</p>	<p>afinidades), red virtual como instrumento para la creación de nodos de trabajo que promuevan nuevos procesos creativos que fortalezcan los emprendimientos que tiene la población objeto.</p>
<i>Slow-Slow</i>	<p>Para esta tendencia es importante tener presente que es un movimiento que se genero en contra de la vida</p>	<p>Desde la Subdirección de Juventud, se debe</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p>rápida, pues se presenta en contra posición del fastfood, fastfashion y fastlife, des esta manera definiremos a que hace referencia el slow-slow, según Honoré (2005) el movimiento Slow no se propone hacer las cosas a paso de tortuga. Tampoco es un intento ludita de hacer que el planeta entero retroceda a alguna utopía preindustrial. Por el contrario, el movimiento está formado por personas comunes, personas que quieren vivir mejor en un mundo moderno sometido a un ritmo rápido. Por ello, la filosofía de la lentitud podría resumirse en una sola palabra: equilibrio. Actuar con rapidez cuando tiene sentido hacerlo y ser lento cuando la lentitud es lo más conveniente. Tratar de vivir en lo que los músicos llaman el tempo giusto, la velocidad apropiada. (p. 9)</p> <p>De esta manera es importante tener presente que los jóvenes debe tener las garantías para vivir su juventud como se debe y no en un incontrolable velocidad donde debe estudiar, trabajar, sostener el hogar y aun así tener tiempo para realizar aquellas actividades culturales, artísticas o recreacionales que les gustan. Es así como Honoré (2005) nos dice que los ciudadanos</p>	<p>promocionar el emprendimiento como un nuevo estilo de vida para los y las jóvenes que quieren realizar procesos para la generación de recursos a partir de la aplicación y desarrollo de sus habilidades mediante el desarrollo de sus propios negocios, los cuales deben ir a los ritmos adecuados de desarrollo de cada actividad cultural según lo requiera este tipo de conocimiento.</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p>estresados buscaban refugio y restablecimiento en el campo. Pintores, poetas, escritores y artesanos buscaban modos de preservar la estética de la lentitud en la era de las máquinas.(p. 8)</p> <p>Pues muchas artes no son tan valoradas porque se toman como perdida de tiempo y no generación de procesos que pueden alimentar el proyecto de vida. Así mismo el proceso de realizar actividades culturales requiere tiempo y no es un arte que se pueda desarrollar a la velocidad del mercado pues su naturaleza en si mismo no permite este tipo de velocidades en sus procesos creativos, aunque la cultura pida que cada vez se desarrolle de manera más acelerada para su proceso de difusión y mercadeo. Los jóvenes se toman el tiempo necesario para poder desarrollar artes de calidad presentaciones con un sentido artístico puntual y no dejan que la velocidad y voracidad del mercado los inunde en su proceso de creación.</p>	
<p><i>Joint Venture</i></p>	<p>Para esta tendencia podemos revisar el concepto de Echarri (2002) Puede definirse como el acuerdo entre dos o más partes que ponen en común sus recursos y</p>	<p>La Subdirección de Juventud, por medio de la creación de nuevos espacios</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p>colaboración para llevar a cabo una actividad comercial a través de la cual puedan obtener un beneficio mutuo, compartiendo el riesgo que conlleva toda operación empresarial en función de la estructura concreta a través de la cual acuerden desarrollarla. (p. 15). Así como nos indica Takagi (2006) Las organizaciones sin fines de lucro pueden participar en empresas conjuntas con fines de lucro para reunir capital, acceder a la experiencia que poseen sus coparticipantes con fines de lucro y aprovechar las oportunidades que de otro modo no estarían disponibles para ellos. Las empresas con fines de lucro pueden participar en empresas conjuntas con organizaciones sin fines de lucro para acceder a nuevas fuentes de capital, explotar activos específicos propiedad de la organización sin fines de lucro (como los derechos de propiedad intelectual) para aprovechar los créditos fiscales disponibles (como el impuesto federal a la vivienda de bajos ingresos). Crédito) y para obtener un mayor apoyo comunitario o político. Además, las empresas sociales con fines de lucro pueden estar motivadas para participar en empresas</p>	<p>de promoción como: (ferias, bazar, caminos comerciales, entre otros), debe establecer nuevas plazas de trabajo en equipo que permitan a los jóvenes la generación de recursos por medio de la venta de sus productos y servicios.</p>

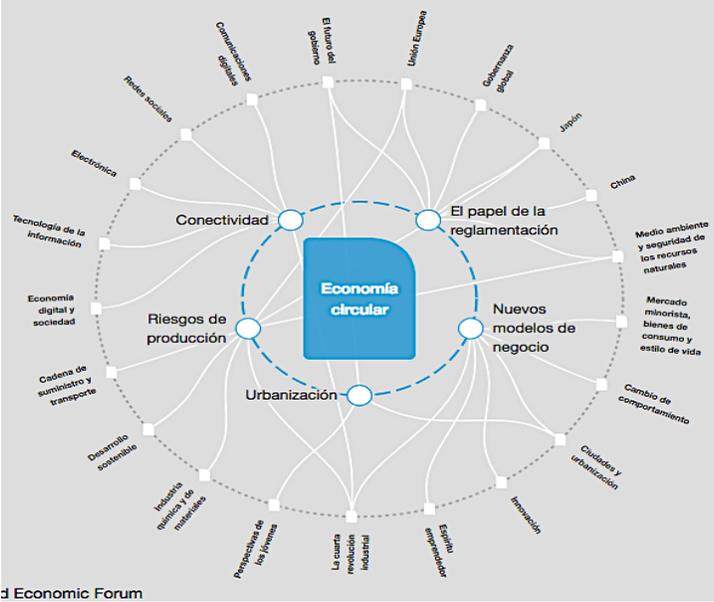
<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	conjuntas con organizaciones sin fines de lucro para promover las metas filantrópicas de sus propietarios.(párr. 8)	
<i>Bench-Marking</i>	<p>Esta tendencia como lo define el diccionario de negocios: es una medida de la calidad de las políticas, productos, programas, estrategias, etc. de una organización, y su comparación con mediciones estándar o medidas similares de sus pares. Los objetivos de la evaluación comparativa son (1) determinar qué y dónde se requieren mejoras , (2) analizar cómo otras organizaciones logran sus niveles de alto rendimiento y (3) utilizar esta información para mejorar el rendimiento. (párr. 2).</p> <p>De esta manera nos indica Reh (2017) que Algunas organizaciones hacen un punto de referencia como un medio para mejorar áreas discretas de su negocio y monitorear las estrategias y enfoques cambiantes de la competencia. Independientemente de la motivación, cultivar una visión externa de su industria y sus competidores es una parte valiosa de la gestión en este mundo de cambio .</p>	<p>La Subdirección de Juventud debe identificar las variables por las cuales los jóvenes acceden a los proyectos o programas que se tienen desde la Subdirección con enfoque en emprendimiento, con el fin de identificar cuales son sus necesidades y establecer un comparativo por medio de indicadores de impacto al finalizar cada proceso que se ejecute.</p> <p>Identificar que estrategias utilizan otras entidades u organizaciones que cumplen con objetivos similares.</p> <p>Adicional este tendencia le</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p>Hay una serie de impulsores centrales de las iniciativas de evaluación comparativa en una empresa.</p> <p>El impulsor más común para la evaluación comparativa proviene de la perspectiva interna de que se puede mejorar un proceso o enfoque. Las organizaciones recopilarán datos sobre su propio desempeño en diferentes momentos y bajo diferentes circunstancias e identificarán brechas o áreas para fortalecer.</p> <p>Muchas organizaciones se comparan con sus competidores en un intento de identificar y eliminar las brechas en el servicio o la entrega de productos o para obtener una ventaja competitiva. Los datos recopilados en una iniciativa de evaluación comparativa competitiva ofrecen ideas específicas sobre los procesos y el pensamiento de un competidor.</p> <p>El término: evaluación comparativa estratégica , se utiliza para describir cuándo una empresa está interesada en comparar su desempeño versus el mejor en su clase o lo que se considera como un rendimiento</p>	<p>permitiría a la Subdirección de Juventud generar nuevas estrategias para abarcar mayor cantidad de jóvenes, impulsar mayores procesos y generar mayor presencia en el territorio a través de sus gestores.</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	de clase mundial. Este proceso a menudo implica mirar más allá de la industria central de la empresa a firmas que son conocidas por su éxito con una función o proceso particular. (párr. 6)	
<i>Redes o Networking</i>	De acuerdo con Mosquera (como se citó en Caldas, Carrión y Heras (2014)), el networking consiste en “desarrollar y cuidar una red de contactos personales con el objetivo de ampliar nuestras posibilidades de encontrar buenos socios, clientes, proveedores o conocidos que ayuden a nuestra empresa a crecer” (p.28). Desde este punto de vista, el networking es una habilidad para interconectar recursos sean éstos humanos, empresariales, materiales, tecnológicos, logísticos, de información, tanto internos como externos. Es una filosofía de trabajo que implica dar y recibir, ganar para ganar, relaciones de mutuo beneficio, etc. El networking (trabajo en redes) es una forma de trabajo independiente del Coworking pero que guarda mucha relación con él ya que permite que, mediante la gran red de Internet, “la colaboración entre personas sea una realidad más allá de las tiranías que imponen las fronteras del espacio y el tiempo	La Subdirección de Juventud, por medio de la creación de redes de trabajo con diferentes actores públicos, privados y sociales; podrá establecer espacios de reconocimiento de los procesos de emprendimiento que se apoyan desde la subdirección con el fin de crear ruedas de negocios que faciliten la gestión y ejecución de los emprendimientos juveniles que se movilizaran en la misma red o comunidad ya sea por el tipo de

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p>tradicionales”. (p. 10) De esta manera podemos ver que el networking es muy importante para los jóvenes en cuanto a su proceso de difusión y en caso de bienes distribución de sus productos de emprendimiento, es importante resaltar que esta tendencia no solo nos debe hacer referencia al uso de redes o de internet como parte fundamental, si bien es muy importante es vital tener claro que las redes que se pueden formar de estas actividades no solo estarán en línea, si no que pueden darse como en cooperativas, asociaciones, es decir en el ámbito de la economía solidaria, es así como podemos ver según el IDPAC (2018) Empresa asociativa sin ánimo de lucro, en la cual los trabajadores o los usuarios, según el caso, son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general (p. 4). No obstante, como nos indica el IDPAC (2018) El objeto social de estas organizaciones solidarias es el de generar y mantener trabajo para los asociados de manera autogestionaria,</p>	<p>emprendimiento creativo que tengan o por el tipo de población al que van dirigidos.</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	con autonomía, autodeterminación y autogobierno. (p. 7)	
<i>Economías Incluyentes</i>	<p>Este tipo de economías según nos refiere del foro económico mundial Lampadia (2018) recoge aquellos aspectos que hacen de una sociedad un mejor lugar para vivir porque los beneficios generados por la actividad económica se reparten de una forma más equitativa entre la población. Se basa en tres pilares: Crecimiento, Inclusión e Igualdad intergeneracional.</p> <p>Los países deben tender a este tipo de economía como se indica en el foro económico mundial es así como ellos nos muestran la siguiente gráfica del círculo virtuoso del crecimiento inclusivo</p>	<p>Al tener identificados los procesos de emprendimiento las diferentes temáticas (culturales, productos, servicios, sociales) la Subdirección de Juventud podrá lograr apoyos concertados que promuevan el crecimiento económico de los emprendimientos. Es importante fortalecer la conformación legal de los emprendimientos ante los entres de control, con el fin de facilitar los procesos de contratación que se puedan promover por parte de la Subdirección.</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p data-bbox="354 268 1052 304"><i>Figura 10: Circulo virtuoso del crecimiento inclusivo</i></p>  <p data-bbox="354 961 500 982">© Economic Forum</p> <p data-bbox="354 1056 792 1087">Fuente: Foro Económico Mundial</p> <p data-bbox="354 1129 1052 1234">https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1Gb000000pTDMEA2/explore/summary</p> <p data-bbox="354 1350 1052 1822">Así como nos indica Fitoussi y Malik (2016): Esto lleva a un segundo problema con el paradigma predominante: los indicadores económicos abstractos quedan por delante de las personas de carne y hueso. Puesto que el producto interno bruto es el indicador de preferencia para medir el valor de una economía, se pasan por alto muchos factores que contribuyen al</p>	

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p>bienestar humano, y el gasto en necesidades fundamentales, como la salud y la educación, acaba viéndose como un gasto más que como una inversión esencial. Es así como en estas comunidades es importante empezar a mirar las necesidades y aportes que ellos con su innovación o emprendimiento pueden llegar a darnos y no solo mirarlos como un número que puede aportar o se puede emplear.</p>	
<p><i>Mejoramiento continuo e innovación (Calidad)</i></p>	<p>Los procesos de mejora continua hacen referencia a aquello que buscan según la ISO 9001:2015 es una herramienta que apoya el éxito de la Organización en la satisfacción de sus clientes y soporta de este modo el pilar económico de la sostenibilidad, liberando recursos que pueden ser usados en otras iniciativas de sostenibilidad.(p. 22) Es así como las organizaciones para generar mayor éxito y credibilidad en sus procesos deben ser y estar basados en la ISO 9001:2015 en “la adopción de un sistema de gestión de la calidad es una decisión estratégica de una organización que puede ayudar a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para iniciativas de desarrollo sostenible”.(p. 22)</p>	<p>Se debe establecer por parte de la Subdirección para la Juventud un plan anual de crecimiento para los procesos de emprendimiento que se vinculan a la formación con el apoyo de la Subdirección, esto por medio de la certificación en diferentes áreas que puedan fortalecer tanto a los jóvenes como a sus emprendimientos. Esto</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
		desde una visión de crecimiento continuo.
<i>Know How</i>	<p>El Know-How, como lo define Pereira (2013) Se define como: “saber cómo hacer algo fácil y eficientemente: experiencia“. (...) La palabra compuesta “know-how” puede ser reemplazada en nuestro rico y generoso idioma con muchos términos: pericias, destrezas, habilidades, dotes, alto nivel de conocimiento. Palabras que al igual que “know-how” significan solo “saber cómo hacer algo pronto y bien hecho“.</p> <p>El know-how tiene una directa relación con la “experiencia”, esto es la práctica prolongada y consistente que proporciona conocimiento o habilidad para hacer algo. (párr. 2) De esta manera es importante conocer el saber hacer de los jóvenes en sus procesos artísticos y culturales y el de la entidad desde la experiencia que han ido construyendo a lo largo de los años y desde los mismos saberes de sus funcionarios los cuales tienen un gran conocimiento desde su interdisciplinariedad.</p>	<p>Por medio de los diferentes procesos de emprendimiento que se tienen en las localidades en las que no se cuenta con la presencia de casas de la juventud, se pueden establecer estrategias de reconocimiento de la entidad. Esto a partir de la generación de experiencias a mediano plazo que faciliten la visibilidad de las acciones que desarrolla la entidad.</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
<i>Comercio Justo</i>	<p>Este se define de acuerdo a la cooperativa ideas (2017):</p> <p>como una asociación de comercio basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Ayuda a un desarrollo sostenible dando mejores condiciones y asegurando los derechos de aquellas personas productoras y trabajadoras que puedan estar excluidas, especialmente en los países del Sur.</p> <p>Las organizaciones de Comercio Justo no sólo comercializan productos bajo estos criterios, sino que también, apoyadas por consumidoras y consumidores conscientes, están implicadas activamente en apoyar a los grupos productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las injustas reglas y prácticas del comercio internacional convencional. (párr. 2)</p>	<p>Se deben promover las redes de trabajo por medio de las cuales se logre el trabajo transparente entre los jóvenes de las diferentes disciplinas que tienen emprendimientos, esto con el objeto de vincularlos a acciones locales que se realicen. Es importante la identificación de oportunidades para activar la promoción de los emprendimientos juveniles, en el área artística es clave la vinculación a eventos que realizan los diferentes sectores y así motivar a los jóvenes a participar de procesos con la administración distrital.</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p><i>Figura 11: Principios del Comercio Justo</i></p>  <p>Fuente: https://ideas.coop/que-hacemos/que-es-comercio-justo/</p>	
<i>Responsabilidad social</i>	<p>Este concepto se definirá desde Contreras y López (2010), citando a El Business for Social Responsibility (BSR) (2000) sostiene que la responsabilidad social empresarial es la administración de un negocio de tal forma que excede las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad hacia una empresa. (p. 421). De esta manera revisaremos la etapa llamada Conciencia social contemporánea según Contreras y López (2010) la cual surge en los años 80 junto con el término de desarrollo sostenible y ética en los negocios, como partes del concepto de RSE. En específico, el auge de la ética en los negocios se debe a la gran inmoralidad de los negocios evidenciada en la</p>	<p>Promover desde cada uno de los emprendimientos el desarrollo de acciones sociales como ejercicio al desarrollo de la ciudadanía juvenil como acción integral, no solo desde el beneficio propio sino también desde la realización de actividades, talleres, y demás acciones que promuevan el bien común. Esto puede promover la</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p>especulación bursátil, la cultura del dinero rápido y la utilización de información privilegiada para realizar fraudes. En esta etapa las empresas desarrollan códigos de conducta ética para evidenciar una forma de RSE (p. 424)</p> <p>Y así la es importante tener presente para esta tendencia que como nos indica Contreras y López (2010) enfoque de los “Grupos participantes”, generado en los años 90. Este enfoque asigna a la dirección de la empresa la obligación de gestionar en base a los intereses de los grupos que se ven afectados por las actividades de la empresa como accionistas, empleados, socios, clientes y comunidades. (...) este enfoque ve la necesidad de respetar los intereses de todos los grupos participantes logrando un equilibrio en los resultados. A través de este enfoque se logra conciliar los intereses y presiones de todos los grupos. (p. 429).</p>	<p>vinculación de actores educativos, logrando la modificación de imaginarios sociales sobre los jóvenes; ya que se lograría que esta población fuera actor de cambio en la sociedad a partir de sus emprendimientos.</p>
<i>Marketing de Servicios</i>	<p>Esta tendencia se definirá desde el padre del marketing, según Kotler y Roberto (1992) Es un esfuerzo organizado , dirigido por un grupo (el agente de cambio), que intenta persuadir a otros (los</p>	<p>Identificar factores motivadores para los emprendimientos juveniles que se puedan dar desde la</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p>adoptantes del objetivo) de que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, actitudes, practicas o conductas.(...) un cambio en la información de la población, en sus conocimientos o actitudes(p. 7) las cuales deben contar con Monopolización, Canalización y Complementariedad para que la comunicación del servicio sea efectiva y tenga el impacto deseado, es por esto que debe organizar recompensas o incentivos que movilicen a la población a la cual se le ofrece el servicio.</p>	<p>creación de redes, crear un portafolio de oferta continua para los diferentes procesos en los que se encuentren los emprendimientos que se vinculan o son identificados por parte de la Subdirección de Juventud.</p>
<i>Mercadeo a Escala Humana</i>	<p>Esta nos hace referencia en un desarrollo centrado en lo humano, es decir como nos refiere Hawken (2012) se hace manifiesto en esta teoría la necesidad de elevar la producción a escala humana, que sea prioritario el ser humano por encima de la producción, por encima del resultado. Esta premisa finalmente recoge dos deseos actuales: generar productos y servicios que no hagan daño al ser humano, ni al medio ambiente.(p. 9). Puesto que busca centrarse en la parte de la generación de productos y servicios y como se genera su proceso de distribución y de publicidad, es importante precisar como indica Hawken (2012) identificar cambios</p>	<p>Como garantes de una Política Pública de Juventud con un enfoque de capacidades promover el desarrollo de productos y servicios de forma integral; esto referente a la responsabilidad que se tiene frente al cuidado del medio ambiente, el bienestar del ser humano y el desarrollo de acciones que busquen un</p>

<i>Tendencia</i>	<i>Significado</i>	<i>Aplicación</i>
	<p>estructurales de la operacionalización de la escala humana es importante precisar que el objetivo de las organizaciones debe tener mayor alcance que la obtención de rentabilidad. No quiere decir que la escala humana desconozca la necesidad de la rentabilidad, sino que desde una perspectiva humana y de sostenibilidad se hace indispensable darle más peso a la naturaleza de las organizaciones. Deben incorporarse, entonces, propósitos como la generación de trabajo digno, la equidad social, el cuidado del medio ambiente y en general el desarrollo de la sociedad en armonía con el entorno en que se vive. Por supuesto que la nueva visión de organización a escala humana debe priorizar en su acción la generación de bienes y servicios que no les hagan daño a las personas.(p. 16)</p>	<p>cambio en la relación con nuestro entorno.</p>

La Subdirección de Juventud debe identificar en donde hay una fractura con los procesos de emprendimiento puesto que puede promover la independencia y crecimiento económico para los jóvenes. El Subdirector para la Juventud Fady Villegas Cure, se permite evaluar la dirección que a tomado el proyecto a lo que efectivamente asegura que el no contar con un presupuesto para la promoción de la entidad y de las acciones en caminadas a la garantía de sus derechos que

permiten el desarrollo de expresiones artísticas y culturales junto con el derecho al trabajo afecta la garantía de los mismo.

Adicional a esto, es importante resaltar que también el experto en el tema de Juventud informa sobre la falta de fortaleza que se tiene en el país en cuanto la normatividad que apoya y promueve a la economía naranja, por lo que es importante revisar la normativa en temas de Juventud e identificar en donde hay una falencia con los procesos del emprendimiento como forma de promover la independencia y crecimiento económico para los jóvenes.

Así mismo, se llega a la conclusión de la vinculación de actores nacional ya sean el sector privado o público, entidades internacionales y demás actores de la sociedad son claves para la creación de alianzas que faciliten el ejercicio de la generación de recursos a partir del arte y la cultura.

9.2 Generación de productos y servicios innovadores

El presente cuadro presenta una descripción general de los emprendimientos culturales que se identificaron y fueron objeto de estudio durante el proceso investigativo; se logra identificar que se tiene como objetivo una transformación social adicional a la búsqueda de un beneficio económico por parte de los integrantes de los emprendimientos. Esto es importante ya que es un factor a promover en los jóvenes como transformadores de sus propias realidades por medio del arte, lo cual puede promueve el desarrollo de capacidades y habilidades propias en la población juvenil.

Esencia
La creación de acciones artísticas como medio para la generación de transformaciones sociales que se dan el territorio, a través de la trasmisión de emociones como motivador para la

<p>vinculación a los procesos de emprendimiento. Adicional se identifica que la proyección a la generación de recursos económicos se tiene como objetivo por parte de los integrantes de los procesos artísticos. (Emoción, Alegría, Sensibilidad)</p>
<p>Forma</p>
<p>1. Distintas Realidades: Como respuesta a las problemáticas sociales nace este estudio de danza que busca cambiar realidades a partir de los diversos tipos de bailes, su trabajo se viene desarrollando desde hace 5 años donde se han vinculado distintos jóvenes del sector desde los 8 años en adelante</p> <p>2. Esquirlas del Rap: complemento de diferentes visiones de la cultura del Hip Hop, en donde se busca la formación de jóvenes en torno al rap con una propuesta lírica con sentido social y donde desde la autogestión en la creación y producción de su música se organizan como grupo musical.</p>
<p>Valor Agregado</p>
<p>1. Distintas Realidades: Propuesta de danza a partir de la teatralidad de sus movimientos, los cuales estas encaminados a visibilizar la riqueza desde los diferentes géneros musicales. Se pueden encontrar propuestas diferenciales desde los pasos y coreografías como su puesta en escena.</p> <p>2. Esquirlas del Rap: La creación de sus propias letras es lo que genera una diferencia de otros artistas, ya que estas se encaminan a temas relacionados con el cambio social, la reconciliación y la búsqueda de solucionar problemáticas a partir del arte.</p>
<p>Imagen</p>

1. Imagen 1 Logo distintas realidades



Fuente: Diana Rojas Autora y diseñadora

2. Imagen 2 Presentación skirlas del rap



Fuente: Skirlas del rap presentación 25 de

Febrero 2018

9.3 Matriz del plan de mercadeo

POSICIONAMIENTO.				
	INTRODUCCIÓN	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLINACIÓN.
PRODUCTO	<p>1.Preparación de las presentaciones</p> <p>2.Preparación de las canciones</p>	<p>1.Presentaciones de danza.</p> <p>2.Presentaciones musicales.</p>	<p>1.Presentación (Danza y Teatro) acompañada por talleres de formación</p> <p>2.Grabación de su primer sencillo desde la productora musical</p>	<p>1. Ofertar un programa de formación acompañado de presentaciones artísticas, que promuevan la práctica de nuevos ritmos musicales acompañados de elementos estéticos.</p> <p>2.Ofertar la grabación de otros grupos musicales, acompañamiento a otros nuevos artistas y crear un</p>

POSICIONAMIENTO.				
	INTRODUCCIÓN	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLINACIÓN.
				programa formativo en lírica hip hop.
PRECIO	<p>1. No cuentan con precios establecidos</p> <p>2. No cuentan con precios establecidos</p>	Establecer un precio de acuerdo a la demanda del producto	Generar tarifas específicas según el cliente y el tiempo de duración de la presentación (Eventos comunitarios, empresas, eventos distritales); presentación de 30-60 y 90 minutos.	Búsqueda de patrocinadores que apoyen la obtención de recursos económicos y/o especie. Establecer tarifas para los procesos formativos desde cada uno de los espacios de aprendizaje.
PLAZA	<p>1. Participación en convocatorias locales y participación en eventos comunitarios.</p> <p>2. Participación en eventos comunitarios y acciones locales.</p>	<p>1. Participación en convocatorias distritales y participación en eventos empresariales.</p> <p>2. Participación en convocatorias distritales y participación en eventos empresariales</p>	<p>1. Participación en eventos distritales, presentación a convocatorias para la obtención de recursos</p> <p>2. Participación en eventos distritales, espacios de promoción y difusión de la cultura hip hop; búsqueda de patrocinadores</p>	Presentación en eventos nacionales que promuevan el emprendimiento cultural, la participación juvenil y las acciones artísticas comunitarias.
PROMOCIÓN.	<p>1. Voz a voz, actividades comunitarias</p> <p>2. Voz a voz, actividades comunitarias</p>	<p>1. redes sociales, redes cercanas a la danza</p> <p>2. redes sociales, redes cercanas en el medio Hip – Hop.</p>	Publicidad en medios radiales, eventos distritales, pautas en escuelas artísticas y productoras	Búsqueda de promoción por medio de organismos nacionales e internacionales (Fundación, empresas desde la RSE y OIJ)

Se identifica de los emprendimientos, que se encuentran en una etapa de introducción, lo que permite que las entidades distritales en este caso la SDIS – Subdirección para la Juventud pueda generar un aporte desde la etapa mas temprana a los diferentes emprendimientos culturales. Esos enfocados a promover las acciones que se vienen adelantando por medio de estrategias de formación, generación de alianzas para la promoción de los productos intangibles que estos desarrollan. Es importante destacar de los jóvenes no reconocen que han participado de acciones culturales con la subdirección por tanto es importante posicionar la identidad y el objetivo de la subdirección como estrategia comunicativa en pro de fortalecer los lazos de relacionamiento y la búsqueda de continuidad de los procesos juveniles en relación a los diferentes procesos y oferta con la que cuenta la Subdirección para la Juventud.

Al identificar de los emprendimientos cuentan con una propuesta de transformación social de las realidades de los jóvenes, se pueden establecer estrategias comunicativas que fortalezcan tanto la imagen de la entidad como la imagen y promoción de los procesos culturales; esto como respuesta a una economía incluyente. Lo que implica la búsqueda continua de actores locales que les interese la creación de redes de trabajo en pro de fortalecer los procesos de emprendimiento juvenil, una de estas redes puede darse desde la RSE de las empresas locales, escuelas artísticas, productoras musicales, entre otros.

9.4 Resultados de la aplicación de los instrumentos:

Al realizar un análisis de las diferentes tendencias que se tienen en el mercado social se propone la aplicación del Ebusiness como estrategia para el fácil acceso a la información tanto de los servicios que ofrece la SDIS, como para la promoción de los emprendimientos culturales

que tienen los jóvenes. Al realizar una vinculación de estas dos acciones se puede posicionar la SDIS a partir de acciones reales que se vienen adelantando en las diferentes localidades.

Lo cual puede complementarse con el Joint Venture puesto que si las dos partes establecen acuerdos mancomunados para el desarrollo de esta estrategia, generaría beneficios para la entidad y para los ciudadanos jóvenes que tienen emprendimiento culturales.

El desarrollo del NETWORKING toma gran importancia, esto a partir de la identificación de la falta de oferta institucional en las localidades donde no se cuenta con casas de la juventud. Ya que al establecer redes de trabajo con otros actores (productoras musicales, escuelas artísticas, fundaciones, empresas privadas) se puede contar con una atención al fortalecimiento de la economía naranja como opción de vida para los jóvenes pues que se establecen nuevas plataformas o plazas para la oferta de sus productos o servicios.

La Subdirección para la Juventud al ser rectores de la Política Pública de Juventud es importante que promueva la búsqueda de entidades que puedan aportar al continuo crecimiento de los emprendimientos culturales puesto que estos hacen parte nuevas propuestas productivas de los jóvenes del distrito. Esto enlazado a la garantía del derecho al trabajo desde la promoción y fortalecimiento de las habilidades y capacidades propias de los jóvenes en línea de lo artístico y/o cultural.

Todo esto se puede adicionar a la dimensión de oportunidades que ya viene desarrollando la Subdirección para la Juventud, ya que factores como la continuidad en los procesos formativos, la búsqueda de nuevos aliados estratégicos y promoción de los emprendimientos sería una forma de hacer visible la efectividad con la que la entidad aplica y da cumplimiento a la política de Juventud.

10. Conclusiones

Como parte final, uno de los resultados que arrojo este proceso investigativo es la necesidad de fortalecer los espacios en los que los jóvenes pueden desempeñar sus acciones artísticas y culturales como una propuesta para establecer un proyecto de desarrollo económico propio, ya que según las normativas en este marco podemos encontrar la regulación que está constituido principalmente por la Ley 590 de 2000 (de Desarrollo de las Mipymes), la Ley 1014 (de Fomento de la Cultura del Emprendimiento), el Sistema Nacional de Competitividad, de la cual los jóvenes encuentran un primer apoyo por parte del Estado.

A causa del proyecto de investigación, Economía naranja como potenciador del proyecto de vida de los y las jóvenes se evidencia una gran necesidad de trabajo de implementación de la Política Pública de Juventud, que conlleve al desarrollo sostenible de los jóvenes dentro de una comunidad. Esto con el fin de ampliar sus horizontes ante el proceso de proyecto de vida de los Jóvenes de la UPZ 09 Verbenal y 11 San Cristóbal la localidad de Usaqué. Puesto que como nos indica Moreno y Velázquez (2012):

Se observa que toda inclusión deja un margen para la exclusión, al existir restricciones con las que se incluyen a unos y se excluye a otra parte, en este caso se da principalmente por dos motivos: el que algunos individuos no puedan tener acceso a la información, por no contar con los recursos tecnológicos necesarios o bien por no poseer una alfabetización digital, habilidad indispensable que abre las puertas para entrar a ese mundo virtual de la información. Y aún para quienes cuenten con estas dos factores; no se garantiza que el conocimiento se obtenga, pues hay que saber buscar la información, hilarla y utilizarla para un bien común, con un sentido crítico y un fin utilitario, recurrir a esta para crear saberes; logrando transformarla en conocimiento que sirva para innovar o solucionar una problemática o necesidad, de los ciudadanos del futuro. (p. 14)

Por otra parte, es importante promover la participación activa en la economía Naranja en los y las jóvenes, como espacios de surgimiento y proyección de vida. Teniendo en cuenta factores esenciales como el gusto por algún área específica del Arte, contexto de vida en el que se generara, difusión de las actividades artísticas en eventos Públicos (Parques, calles, entre otros), que propenda el avance social. Actividades que deben ser propiciadas en este caso por el distrito, más específicamente por la subdirección de Juventud de la Secretaria de Integración Social, puesto que ella, es quien posee los recursos y las herramientas que pueden propiciar estos espacios de difusión de las artes.

Por consiguiente, para ejecutar acciones juveniles se debe tener en cuenta elementos esenciales de comunicación asertiva; en diálogos de identificación de necesidades claros, concretos y abiertos. Generar grupos focales proyectados a los organizacionales privilegiando las ideas y expresiones de los y las jóvenes. Como nos indica Moreno y Velázquez (2012) También es necesario implementar nuevas estrategias y promulgar la creación de instituciones o mecanismos, (...) para que no fracasen en el logro de la adquisición del conocimiento y queden todos incluidos en este proceso.(p. 18). Plantear actividades encaminadas a la participación argumentativa y de hechos que reestructuren pensamientos, estructuras y planes sociales. En conclusión restitución de derechos y deberes a través de lo que nos indica Moreno y Velázquez (2012). Como el camino a través de la educación, con el apoyo de la tecnología, de los gobiernos y si fuera posible de la inversión de las empresas privadas, ya aquellas serán las principales beneficiadas (...) convertidos en ciudadanos respetuosos de su entorno y de la vida, responsables de sus labores, democráticos, críticos, participativos e innovadores con todas las actitudes y saberes adquiridos que les abrirán las puertas con facilidad a su incorporación al sistema productivo en un mundo competitivo y globalizado (...) con ello se lograría; alejar lo más

posible a las futuras generaciones de jóvenes de la marginación, la pobreza y la violencia brindándoles realmente oportunidades en una sociedad más equitativa y justa. (p. 19). Es así como finalmente podemos entender que es importante en el proceso de las economías naranjas percibir que es un proceso como nos indica Newbigi (2010):

En general, las industrias creativas enriquecen la vida de la gente, pues definen las características distintivas de diferentes sociedades, al tiempo que ofrecen los medios a través de los cuales las culturas y las comunidades se comunican entre sí; generan placer, color y comprensión, hacen la vida más llevadera y, en buena medida, son una materialización de la mejoría en nuestros estándares de vida. Entre más personas puedan vislumbrar metas económicas que trasciendan las necesidades básicas de alimentación y de vivienda, más querrán consumir bienes creativos (p. 17).

De esta manera, la difusión de las artes desde los procesos realizados por los y las jóvenes es parte vital de su maduración como actividad económica y debe tener un gran acompañamiento de las entidades del Estado que fortalecen los procesos de emprendimiento y de las empresas privadas que pueden generar procesos de empleabilidad a través de su actividad.

11. Anexos

Anexo 1

Entrevista distintas realidades.

Buenas noches mi nombre es Diana Rojas y mi nombre Clara Jaimes y en este momento pues o porque estamos en el día de hoy acá, he nosotros estamos haciendo una investigación para la universidad sobre temas culturales e y como el arte influye en la vida de los jóvenes, en estas dos Upz. por eso resolvimos cómo ver el arte que ustedes tienen y las actividades que realizan

digamos que este ejercicio es un ejercicio de construcción o algo así queremos conocer qué es lo piensan, no tienen que marcar la hojas, la idea es que escriban lo que quieran en las hojas de acuerdo a unas preguntas que les vamos a dar y es para conocer más o menos como su percepción porque nosotros así, porque no somos así somos más libres de espíritu y cuando es anónimo como que a uno no le da pena expresarse, listo.

Diana: ahí lo único q vamos hacer de pronto es vamos a grabar es todo lo que ustedes nos dicen para poder transcribirlo, listo tomamos algunas fotos y videos, pero realmente es para nuestro proceso de investigación y ya les presento la otra parte, que es mi parte profesional, listo, entonces yo les voy hacer unas preguntas entonces que se presente cada uno de ustedes, diga su nombre, a que se dedica y qué edad tiene, y cuánto tiempo lleva vinculado con este proyecto.

- muy buenas noches chicos, mi nombre es Andrés, pues ahorita estoy trabajando en tapicería, y en el grupo como tal pues llevo tres años, - Diana: ¿y cuántos años tienes tú? yo tengo 21 años.
- buenas noches mi nombre es Miller, actualmente trabajo en la fundación y llevo en el proceso también tres años, que es lo lleva aquí distintas realidades. - Diana: ¿cuántos años tienes...? tengo 22 años.
- buenas noches mi nombre es Janka Millán, Venezolano, profesional, ingeniero civil actualmente en Bogotá trabajo en un restaurant y mis días lunes con el director soy profesor de la academia solo el día lunes tengo 25 años.
- buenas noches mi nombre es Valentina Bernal, tengo 17 años, pues ahorita no me estoy dedicando a nada, llevo año y medio vinculada al proyecto

Diana: ¿terminaste colegio? Valentina: sí.

- mi nombre es Brenda tengo 17 años estoy actualmente trabajando en una heladería los fines de semana y los martes estudió inglés, llevo en distintas realidades dos años
- buenas noches mi nombre es Leidy tengo 17 años pues actualmente estoy estudiando psicología y pues en los ratos libres pues me acerco aquí a bailar y pues llevo aproximadamente dos años en el proceso.
- buenas noches mi nombre es Julieth tengo 20 años actualmente estoy trabajando en una entidad financiera, acá en el grupo llevo tres años, en el proceso del baile y ya en mis ratos libres me dedico es a eso, y al deporte.
- buenas noches mi nombre es Angie González y aparte que estoy estudiando tengo 12 años.
- yo soy Sara estoy estudiando y tengo 8 años.

Clara: Listo les voy hacer unas preguntas, si no llegan a encontrar o entender alguna nos dicen y les explicamos y si en alguna responden no pues porque es no o nunca lo han hecho o no les aplica, pues no hay problema, listo ...ok.

- ósea x en blanco
- si colocan no
- solo respuestas, si solo respuestas.
- ¿entonces queremos saber si ustedes identifican, las actividades artísticas que se generan, dentro del barrio, o dentro de esta localidad y cuáles son?; si las identifican entonces pues las pueden enumerar.
- las que hemos visto?
- las que ustedes hayan visto y se hayan acá en esta comunidad, si ustedes ven que no pues me dicen, no, no he visto ninguna o si he visto esta y conozco estas, les pongo un ejemplo

he visto, que hacen materas. he visto q hay personas que bailan, he visto teatro, he visto danza, he si osea todo el tema de artes si ustedes han visto que se desarrolle acá y si no pues le ponen no, no hay problema,

- lo que estamos desarrollando acá.
- Diana: de pronto si ustedes reconocen que las actividades son lideradas por jóvenes o por personas mayores o adultos, ¿quién tiene a cargo estas actividades?
- la segunda, es la primera complemento de la primera, nos avisan cuando todos terminen para pasarles.
- ¿cómo se les llama a los grafiteros? “grafiteros” ...” yo les puse artistas de grafitis”.” no se” ...exactamente bueno si conocen todas, o si conocen una o dos no importa.... si realmente acá no es el que más reconoce...solo queremos saber que conocen...listo... segundo
- 2. para los que respondieron que si en la primera, ¿ustedes reconocen las instituciones que apoyan estas actividades? , osea yo sé que hay ciertas entidades del estado que apoyan o cierta entidad privada que viene y apoya ese tipo de expresión artística en mi comunidad o definitivamente yo no reconozco ninguna institución que venga y apoye si.es un proceso. exacto sí reconoce una entidad distrital pero no sabemos cómo se llame o si reconozco que es del estado, lo que ustedes conozcan.....
- 3. Diana: ¿ustedes saben que es el emprendimiento? ¿sí o no? ¿y si responden que sí, que es? ¿Qué es emprendimiento, o con que lo relacionan o que han escuchado? 4. Clara: ¿saben que es la economía naranja o creativa? que...queeee naranja. procreativa. noooo... movimiento. ¿saben que es la economía naranja o creativa? ... la economía. Creo que. economía naranja o economía creativa?? no sé, pero...lo dices de creativo... osea lo que

imagine que puedas tener lo que ustedes sepan. La comodidad que cada persona pueda ser...ahorita al final. hay un paso de puntuaciones que es la explicación. Si. como.... para ... si ...economía naranja o economía creativa o que entiendes? Si no conocen colocan que no, pero yo escuche q que tiene que ver con las artes. ¿Que? No, pero escuche que tiene que ver con las artes... lo escribí... no. no. yo pienso que. no contestan....noestamos bien crudos.....que embarrada...listo...bueno ..para hacer Clara: la siguiente pregunta les voy aclarar que es la economía naranja y que es la economía creativa...esa si es como tú dices es la economía de las artes y esta economía lo que busca si es incentivar y formalizar los procesos artísticos por qué porque ahorita hacen un gran aporte a la economía no solo de Colombia si no del mundo, y no están formalizadas, entonces el tema de la economía naranja para formalizar todo tipo de arte, emprendimiento los que se inventan los videojuegos, todos esos temas van en la economía naranja, todo lo que ustedes hacen porque el color naranja históricamente ha representado avances entonces en Roma había un emperador que siempre se vestía de naranja e históricamente el naranja ha sido relacionado con el tema de artes y festividades, por ejemplo.

5. Clara: ¿Conocen una política pública o una normativa que ustedes sepan que promueva esto?; “IDARTES”, “Bogotá mejor para todos” - Si no conocen, tranquilos- “por estos días esta generación del cambio que ellos apoyan mucho el arte”, “el IDRD”.

6. Diana: ¿ustedes conocen como grupo, o han participado en eventos o actividades con el Distrito? En actividades distritales o con la Alcaldía en cualquier lugar de Bogotá durante esta administración.... ¿si han estado en procesos de formación o si han ido a verlos? “IDARTES” –

Por favor coloquen el nombre del grupo si lo reconocen- “en marzo fuimos a la plaza de los artesanos con la Alcaldía Mayor, porque fueron 3.000 personas”.

7. Diana: ¿ustedes creen que en algún momento este proceso artístico de la escuela de danza que ustedes tienen puede llegar generar ingresos económicos para cada uno de ustedes? “sí”, “cuenta la experiencia” – si ya han generado ingresos, por favor colocarlo, o si hay proyección para generarlo y ¿por qué creen que generarían esos ingresos?

8. Clara: ¿Cómo creen que pueden lograr que esta expresión artística les pueda generar ingresos, ustedes que creen que hay que hacer?

9. Clara: ¿ustedes quienes creen que les deberían brindar apoyo para sacar adelante este proyecto, o sea quienes creen que necesitan que los apoyen? “el presidente” - piensen en todos los sectores- “familiares”, “los periódicos, los canales, los colegios, las universidades”.

10. Clara: ¿ustedes han tenido otro tipo de formación artística, danza, pintura, en cualquier tipo de arte o formación por parte de quien sea, no importa? “sí”, “he aprendido a tocar el piano, en el Sena también control de medios, practicaba mucho deporte en mi colegio, he ido por varias academias con respecto a la danza”, “en el colegio he aprendido a tocar varios instrumentos, la guitarra ha sido por parte de la parroquia, estuve en el coro cantando”, “bailaba en la parroquia”, “y en el colegio tocaba distintos instrumentos, pues aprendiendo y también mucho baile”, “ aquí en Bogotá no he tenido la oportunidad, si no aquí en la academia de enseñar, no he tenido la oportunidad de nutrirme yo; pero en Venezuela si estuve por varias academias, en la escuela siempre estuve en danza, cato y después todo lo que era de arte estaba yo metido y desde los 18 empecé a formarme como bailarín para enseñar lo que se” -¿ tú tienes profesión?, “sí, ingeniero civil, un cambio bastante grande, la ejercí y siempre he asociado las dos porque la ejercí, me gradué el año pasado e inmediatamente en mis pasantías tuve 6 meses en la empresa, pero por

cuestiones económicas me vine. Pero siempre he dado las clases” ... “yo he tenido un proceso de formación bastante amplio en una casa de artistas de música llanera y mis abuelos son músicos, entonces el proceso siempre ha sido muy alternativo, mas empírico. He rodado en diferentes academias de danza acá en Bogotá, afortunadamente siempre he tenido la bendición de estar becado y me ha ido bien en este aspecto y el proceso ha sido muy alternativo, he estado en tango, así como he estado en la academia alma de tango, más que todo en cadenas urbanas”, “ yo también gracias a Dios he estado en el tema de la danza y me gusta muchísimo, siempre he estado emocionado y me gusta mucho el deporte y practico mucho deporte, soy muy abierto a todo este tipo de cosas”.

- Muchas gracias.

Anexo 2

Entrevista Experto SDIS – Fady Villegas Cure / Subdirector para la Juventud

ENTREVISTA AL SUBDIRECTOR DE JUVENTUD DE LA SECRETARIA DE JUVENTUDES									
ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA NARANJA COMO POTENCIADOR DEL PROYECTO DE VIDA DE LOS Y LAS JÓVENES DE USAQUEN DE LAS UPZ 09 Y 11									
La presente encuesta hace parte de los instrumentos para la recolección de información que permite desarrollar la investigación: Identificar el conocimiento del Subdirector de Juventud sobre los procesos que realizan los jóvenes de Usaquén de las UPZ 09 y 11 y las tendencias culturales que permiten fortalecer su proyecto de vida desde el ámbito productivo a través de la innovación y el arte.									
Así mismo permite esta entrevista tener una visión de la Subdirección de Juventudes frente a los procesos desarrollados de la misma frente a los jóvenes y su visión de emprendimiento y de los procesos culturales que se incentivan desde esta entidad.									

Sexo	F		M	X	Edad	35	Ciudad	Bogotá	Universidad				
Carrera	Relaciones Internacionales						Semestre						
Estrato socioeconómico					(Marque con una X según el reporte de los servicios públicos de su vivienda)			1	2	3	4	x	6

Estado Civil	Soltero	x	Casado		Unión libre	Separado	Divorciado	
Experiencia laboral	0 año	0-1 años	1-3 años	3-5 años	5-7 año	7-9 años	más de 10 años	
							x	

Definición de Economía Naranja y Medios de difusión						
Definición de Emprendimiento y Actividades de la Subdirección de Juventud de la Secretaría de Integración Social						
Nº	Entrevista Experto SDIS – Fady Villegas Cure / Subdirector para la Juventud	Nada de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo de desacuerdo	Completo o desacuerdo
1	¿Qué concepto tenía sobre el papel de la Subdirección para la Juventud antes de trabajar en la entidad?	1	2	3	4	5
2	¿Cuáles han sido las temáticas que más han destacado los jóvenes sobre el trabajado de la subdirección	1	2	3	4	5
3	¿Se ha encontrado alguna algún eje de trabajo diferente propuesto por los jóvenes, fuera de los que se tenía planeado trabajar inicialmente?	1	2	3	4	5
4	¿Sientes que por parte de los jóvenes no se tiene un aprovechamiento optimo de alguno de los componentes de Distrito Joven?	1	2	3	4	5
5	¿Qué acciones crees que pueden desfavorecer el ejercicio de la subdirección por parte de los jóvenes?	1	2	3	4	5
6	¿Evidencia alguna falencia interna de la subdirección que pueda afectar el cumplimiento de su objetivo?	1	2	3	4	5
7	¿Cuáles considera que son los factores diferenciales internos de la subdirección?	1	2	3	4	5
8	¿Qué le gustaría fortalecer de la subdirección para el mejor cumplimiento de su objetivo?	1	2	3	4	5
9	¿Cree que hay algún factor externo que afecta el funcionamiento del proyecto?	1	2	3	4	5

10	¿Qué nuevas oportunidades ha encontrado para fortalecer la subdirección y el proyecto Distrito Joven?	1	2	3	4	5
11	¿Cuáles considera que son los limitantes que se pueden dar desde la SDIS para la ejecución del objetivo de la subdirección para la juventud?	1	2	3	4	5
12	¿Cuál sería el refuerzo que necesita la subdirección en términos de funcionamiento?	1	2	3	4	5
13	¿Qué de lo realizado la subdirección para la juventud aporta con mayor veracidad a la imagen y funcionamiento de la SDIS?	1	2	3	4	5
	Preguntas enfocadas a la economía naranja	Nada de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo de desacuerdo	Completo o desacuerdo
14	¿Qué percepción tiene sobre la economía naranja entre los jóvenes?	1	2	3	4	5
15	¿Cómo cree que se puede fortalecer la economía naranja desde las entidades distritales?	1	2	3	4	5
16	¿Qué impulsaría a que los jóvenes de Bogotá vean las acciones culturales y artísticas como opción laboral?	1	2	3	4	5
17	¿Qué avances reconoce sobre economía naranja en Bogotá?	1	2	3	4	5
18	¿Cuáles son los actores de la sociedad que deberían apoyar estas iniciativas culturales y artísticas?	1	2	3	4	5

Anexo 3

Entrevista Eskirlas del Rap

ENTREVISTA A LOS JÓVENES SKIRLAS DEL RAP
ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA NARANJA COMO POTENCIADOR DEL PROYECTO DE VIDA DE LOS Y LAS JÓVENES DE USAQUEN DE LAS UPZ 09 Y 11

La presente encuesta hace parte de los instrumentos para la recolección de información que permite desarrollar la investigación: Identificar la participación de los jóvenes de Usaquén de las UPZ 09 y 11 y las tendencias culturales que permiten fortalecer su proyecto de vida desde el ámbito productivo a través de la innovación y el arte.

Analizar las prácticas de innovación con respecto al emprendimiento juvenil relacionadas con la economía naranja que desarrolla la población joven de Usaquén de las UPZ 09 y 11 y la participación que esta tiene dentro de las actividades identificadas. De esta manera se puede analizar la realidad de los artistas emergentes los cuales en su desarrollo profesional aun no ubican su proceso en una actividad profesional o de generación de ingresos que les permita desarrollar el arte como sustento de vida

Sexo	F	X	M	X	Edad	18-25	Ciudad	Bogotá	Universidad						
Carrera	Sin Estudios							Semestre							
Estrato socioeconómico					(Marque con una X según el reporte de los servicios públicos de su vivienda)				x	2	3	4	5	6	
Estado Civil	Soltero	x	Casado		Unión libre	Separado		Divorciado							
Experiencia laboral	0 año	0-1 años	1-3 años	3-5 años	5-7 años	7-9 años	más de 10 años								
			x												

Definición de Economía Naranja

Definición de Emprendimiento

N°	Entrevista Jóvenes artistas – Localidad de Usaquén / UPZ Verbenal y San Cristóbal norte	Nada de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo de desacuerdo	Completo desacuerdo
1	¿Cuáles creen que pueden ser las fortalezas que ofrece de la Subdirección para la Juventud ?	1	2	3	4	5
2	¿Qué modificarías para de la entidad o del proyecto?	1	2	3	4	5

3	¿Consideras que existen limitantes para que la Subdirección para la Juventud cumpla con su objetivo ?	1	2	3	4	5
4	¿Qué debería fortalecer la Subdirección para la Juventud?	1	2	3	4	5
5	¿Qué reconoces en el territorio por parte de la entidad o del proyecto Distrito Joven?	1	2	3	4	5
6	¿Cuál consideras que es o debería ser tema fuerte de trabajo con los jóvenes?	1	2	3	4	5
7	¿Consideras que hay debilidades por parte de la entidad, cuales?	1	2	3	4	5
8	¿Cuál creerías que es la ganancia que obtiene la Subdirección para la Juventud del trabajo con los jóvenes?	1	2	3	4	5
	Preguntas enfocadas a la economía naranja	Nada de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo de desacuerdo	Completo o desacuerdo
9	¿Qué actividad cultural o artística realiza actualmente? 9. ¿Qué actividad cultural o artística realiza actualmente?	1	2	3	4	5
10	¿Cuándo tiempo lleva realizando sus actividad cultural o artística ?	1	2	3	4	5
11	¿Dónde suele llevar a cabo sus prácticas?	1	2	3	4	5
12	¿Cómo a conocer tu talento?	1	2	3	4	5
13	¿Quién apoya sus acciones artísticas? Enuncie a las personas o actores que lo han	1	2	3	4	5

	acompañado en el proceso.					
14	¿Qué logros a obtenido a partir de las acciones que desempeña a nivel artístico y/o cultural?	1	2	3	4	5
15	¿Ha pensado en que su practica le puede generar ingresos, si/no y por que?	1	2	3	4	5
16	¿Su practica le genera ingresos económicos?	1	2	3	4	5
17	¿De que forma normalmente genera ingresos en su cotidianidad?	1	2	3	4	5
18	¿Qué considera necesario para volver su practica un emprendimiento que le genere ingresos económicos?	1	2	3	4	5
19	¿De quien requeriría apoyo para lograr este emprendimiento rentable?	1	2	3	4	5
20	¿A quien o quienes cree que beneficiaria si logra generar ingresos por medio del arte y la cultura?	1	2	3	4	5

Anexo 4

Dofa

Perspectiva individual

Perspectivas/ DOFA	Diagnóstico Externo						Diagnóstico Interno					
	Oportunidades		Amenazas		Fortalezas		Debilidades					
	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto
Perspectiva de Beneficiarios o Usuarios	Nº	Oportunidades P. Beneficiarios	Nº	Amenazas P. Beneficiarios	Nº	Fortalezas P. Beneficiarios	Nº	Debilidades P. Beneficiarios				
	a.	Población joven de la ciudad en aumento como respuesta a la migración de otros lugares del país	A	Falta de credibilidad en las entidades distritales	A	Presupuesto asignado para la ejecución del proyecto	A	concentración de los servicios en algunas localidades (CDI).				A
	b.	Mayor participación de jóvenes en espacios mixtos (entidades - ciudadanía)	A	reducción de presupuesto para la apertura de proyectos o convenios	A	Fortalecimiento de los procesos locales de los jóvenes en diferentes temáticas.	A	Poca publicidad o comunicación sobre los procesos que se adelantan				M
	c.	Potencial de jóvenes que les interesan los procesos de participación	A	falta de continuidad en los procesos por voluntad política	A	Mayor oferta de convenios (públicos - privados) con el fin de ampliar los servicios.	A	los tiempos para la ejecución de acciones se modifican constantemente				A
	d.	Estrategias de comunicación que dan a conocer a la entidad	M	Falta de interés de la ciudadanía en procesos vinculantes con las entidades públicas	A	Mayor vinculación en los procesos de formulación de política pública de juventud	A					
e.	participación en acciones o eventos fuera de lo institucional	B										
Perspectiva Financiera o de benefactores	Nº	Oportunidades P. Financiera	Nº	Amenazas P. Financiera	Alto	Fortalezas P. Financiera	Alto	Debilidades P. Financiera				Alto
	a.	Convenios (interinstitucionales, ONG, universidades, actores privados)	A	Redistribución de los presupuestos desde alcaldía mayor	A	Ejecución completa del presupuesto anual (no se hacen sanciones)	A	No hay una proyección financiera establecida para promover estrategias de comunicación				A
	b.	Crecimiento anual del presupuesto asignado.	A	Duplicidad en la oferta por parte de otra entidad	M	Distribución equitativa de los recursos para los proyectos proyectados	A	poco presupuesto para acciones de carácter inmediato (bolsa logística).				
c.	Vinculación con acciones de orden nacional (alianza pacífico) lo que incrementa el posicionamiento de la entidad	M				Apoyo por parte de entidades u organizaciones que tienen alta credibilidad	A					
Perspectiva de Procesos Internos	Nº	Oportunidades P. Procesos	Nº	Amenazas P. Procesos	Alto	Fortalezas P. Procesos	Alto	Debilidades P. Procesos				Alto
	a.	procesos de capacitación a los funcionarios	A	Auditoria por entidades de control	A	capacitación y formación del capital humano	A	rotación interna en la dependencia				A
	b.	auditorias por parte de entes de control con el fin de mejorar la calidad	A	mejor oferta laboral para contratistas	M	vinculación de personas que tienen conocimiento del territorio y sus procesos	A	sistema de quejas y soluciones a nivel distrital				M
c.	Participación en formación sobre otras políticas o dependencias	M	no se tiene oportunidad de crecimiento laboral en la dependencia	M	vinculación de personal con enfoque diferencial	M	sentido de pertenencia con la misión y la visión de la entidad				A	
Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento	Nº	Oportunidades P. Crec y Apr	Nº	Amenazas P. Crec y Apr	Alto	Fortalezas P. Crec y Apr	Alto	Debilidades P. Crec y Apr				Alto
	a.	convenios formativos para el capital humano	A	falta un sistema de recolección de la información	M	cultura organizacional de crecimiento constante	A	Modificación constante en la información a escalar en territorio				A
	b.	mayor difusión de las acciones de la entidad	A	ausencia de diagnósticos de anteriores administraciones	A	interlocución con todos los actores de la subdirección	M	Cronogramas de trabajo modificados de forma constante				A
c.	Fortalecimiento de la información por medio de vinculación con otras entidades (salud, IDPAC, educación)	A	duplicidad de la información en cuanto a temas de capacitación para el capital humano.	M	capacitación sobre las acciones que se adelantan de manera constante con todo el equipo	A					M	

Perspectiva Jóvenes

Perspectivas/DOFA	Diagnóstico Externo						Diagnóstico Interno					
	Oportunidades		Amenazas		Fortalezas		Debilidades					
	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto
Perspectiva de Beneficiarios o Usuarios	Nº	Oportunidades P. Beneficiarios	Nº	Amenazas P. Beneficiarios	Alto	Fortalezas P. Beneficiarios	Alto	Debilidades P. Beneficiarios				
	a.	Participación en eventos por parte de la subdirección	A	No diferencian a la subdirección de la Alcaldía Local	A	Hay un reconocimiento de los funcionarios en el territorio	A	No conocen al proyecto de la subdirección para la juventud				A
	b.	Voluntad para la creación de redes de trabajo entre jóvenes	A	Identificación de problemáticas como la violencia entre los jóvenes lo que puede alejarlos de los procesos participativos.	A	Acciones territoriales de drentes temáticas (ambientales, culturales, entre otras).	M					
	c.	Proponen la creación de canales de comunicación directa entre jóvenes y las entidades (líderes).	A									
d.	Se identifica que los procesos participativos pueden eliminar problemáticas sociales	M										

Perspectiva Experto

Perspectivas/DOFA	Diagnóstico Externo						Diagnóstico Interno					
	Oportunidades		Amenazas		Fortalezas		Debilidades					
	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto	Nº	Imp acto
Perspectiva de benefactores	Nº	Oportunidades	Nº	Amenazas	Nº	Fortalezas P. Beneficiarios	Nº	Debilidades				
	a.	Los jóvenes nuevamente confían en la subdirección para la juventud	A	Dificultad en el acceso a la información	A	Fortalezas	Alto	Poco reconocimiento e información de la entidad hacia la ciudadanía				A
	b.	Comunicación directar con los jóvenes de los diferentes territorios	A	Bajo interes de la ciudadanía por conocer o reconocer a la secretaria.	A	Estrategias sociales de alto impacto a nivel internacional (reconocimiento)	M	El acceso a la información puede estar limitado por los tiempos en que salen normativas en relación a la juventud				M
	c.			Baja participación como resultado a la desconfianza que se tiene hacia la entidad	A	Comunicación directar con los jóvenes de los diferentes territorios	A	No se cuenta con presupuesto directo para publicidad de la entidad, falta de canales de comunicación.				A
	d.			Falta de formación política de los jóvenes para tener interes sobre lo público	A	Honestidad frente a los procesos, inversión y proyectos que se tienen	A	Se requiere mas presupuesto				M
	e.			Antecedentes de las administraciones pasadas	M	Equipo territorial que promueve el cumplimiento del proyecto	A					
	f.			Temáticas nacionales que afectan lo distrital (proceso de paz)	M	Trabajo de forma ecalada desde Nivel Central a lo territorial	M					
g.					g.	Multidisciplinaridad por parte de los funcionarios	M					

12. Referencias

- Aldana, O. (2009). Revista de la Universidad Bolivariana. Volumen 8. N° 23.
 Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-65682009000200010&script=sci_arttext
- Alonso, D. González, N y Nieto, M. (2015). Emprendimiento social vs. Innovación social. Cuadernos Aragoneses de Economía, vol. 24, n° 1-2, (119-140). Recuperado de http://ulegion.unileon.es/admin/UploadFolder/emprendimiento_social_vs_innovaci%C3%B3n_social.pdf
- Arias, A. (2011) La Sociedad Del Conocimiento Master De Investigación En Psicología Y Ciencias De La Educación: El Profesor Y El Alumno En La Sociedad Del Conocimiento. Recuperado de <https://unileonmaster.wikispaces.com/file/view/LA+SOCIEDAD+DEL+CONOCIMIENTO.pdf>
- Beynon, P. (2007). Int. Journal of Business Science and Applied Management, Volume 2, Issue 1, Recuperado de http://www.business-and-management.org/library/2007/2_1--9-20,Beynon-Davies.pdf
- Buitrago, J. (2014). Emprendimiento en Colombia. Administración y Desarrollo. Administración Pública, Recuperado de <file:///Users/mac/Downloads/101-1585-1-PB.pdf>
- Buitrago, F. Y Duque, I., Buitrago, F., (2013), Efecto Naranja, Una oportunidad infinita. Biblioteca Felipe Herrera del Banco Interamericano de Desarrollo
- Business Dictionary. (2018). Benchmarking. Recuperado de <http://www.businessdictionary.com/definition/benchmarking.html>
- Carrasco, I. Y Castaño, S. (2008). el emprendedor schumpeteriano y el contexto social, Marx-Keynes-Schumpeter, Noviembre-Diciembre, N.º 845 ICE
- Cepal. (2008) Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe.

Consejo de Bogotá. (2018). Bogotá ahora será naranja. Recuperado de <http://concejodebogota.gov.co/bogota-ahora-sera-naranja/cbogota/2018-03-07/070919.php>

Congreso de Colombia, (1997), Ley de la juventud 375. Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1621/articulos-85935_archivo_pdf.pdf

Congreso de Colombia (2006), Ley fomento a la cultural del emprendimiento (2006), Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Congreso de Colombia, (2016), Ley Empleo y Emprendimiento Juvenil 1780 Recuperado de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201780%20DEL%2002%20DE%20MAYO%20DE%202016.pdf>

Congreso de Colombia, (2017), Ley Naranja 1834 de 2017. Recuperado de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>

Conpes 173 – Lineamientos para la generación de oportunidades para los jóvenes, (2014). Recuperado de <http://www.colombiajoven.gov.co/atencionaljoven/Documents/CONPES%20173.pdf>

Contreras, R y López, A. (2010). CONCYTEG Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Guanajuato. El concepto Responsabilidad Social Empresarial desde diversos enfoques teóricos. Recuperado de <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2015/05/El-Concepto-de-RSE-desde-diversos-enfoques-te%C3%B3ricos.pdf>

Convención Sobre La Eliminación De Todas Las Formas De Discriminación Contra La Mujer, (1979), Recuperado de <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/sconvention.htm>

Corte Constitucional, (2015). Constitución Política de Colombia, (p. 14-20)

CPEM, Antecedentes institucionales, Recuperado de <http://www.equidadmujer.gov.co/consejeria/Paginas/antecedentes-institucionales.aspx>

Cruz. M. (2018). Abren convocatoria para la Feria de Jóvenes Empresarios. El Tiempo. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/bogota/abren-convocatoria-para-mostrar-emprendimientos-en-bogota-201850>

Decreto 78 de (1960). Departamento Administrativo de Protección y Asistencia Social Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3479>

Decreto 3133 de (1968). organización administrativa del distrito especial de Bogotá Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3788>

Decreto 630 de (1991). Comedores Juveniles. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1935>

Decreto 482 Por el cual se adopta la Política Pública de Juventud para Bogotá 2006-2016. (2006). Recuperado de <https://www.idrd.gov.co/sitio/idrd/sites/default/files/imagenes/poljuventud2006-2016.pdf>

Decreto 556 de (2006). el Objeto, la Estructura Organizacional y Funciones de la Secretaría Distrital de Integración Social Recuperado de <http://www.bogota.gov.co/art/dc556.pdf>

Decreto 546 Por el cual se reglamentan las Comisiones Intersectoriales del Distrito Capital. (2007). Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=27591>

Decreto 822 Por el cual se crea en el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República el Programa Presidencial para el Sistema Nacional de Juventud "Colombia Joven". (2000). Recuperado de <http://wsp.presidencia.gov.co/Colombia/>

/Documents/Decreto-822-08may2000.pdf

Di Pietro, Luis Jose. (2001). Hacia un desarrollo integrador y equitativo: una introducción al desarrollo local.

Echarri, A. (2002) Joint Venture. Recuperado de: <https://books.google.cl/books?id=dRQoMwHnRK0C&hl=es>

Editorial, (1985), 1985 Año Internacional de la Juventud, Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Recuperado de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/6028>

El Espectador. (2015). 05 de Octubre. Sepa qué es y cómo funciona la economía naranja en Colombia Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/sepa-que-es-y-como-funciona-la-economia-naranja-en-colombia>

El Espectador. (2017). 29 de Mayo. El Bronx y la economía naranja recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/el-bronx-y-la-economia-naranja-articulo-696045>

Esquivel, M. E. M. L. I., Gutiérrez, J. C. S., Faller, F. J. E., & Mérida, Y. (2013).

Consideraciones para el desarrollo de capacidades de investigación en universidades privadas1. Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle, 10(40), 5-13.

Ferrer, J. (2010). Métodos de la investigación. Recuperado de <http://metodologia02.blogspot.com.co/p/metodos-de-la-investigacion.html>

Finlev, T. Maguire, R., Oppenheim, B., Skvirsky, S., (2017), Instituto para el futuro. El futuro de la economía naranja.

Fitoussi, J. Y Malik, K. (2016). Del foro económico mundial Europa: ¿Quién se beneficia de crecimiento económico, la mayoría o unos pocos?. Recuperado de <https://www.weforum.org/es/agenda/2016/08/europa-quien-se-beneficia-del-crecimiento-economico-la-mayoria-o-unos-pocos>

- Frías, G. (2017). Economía Creativa en Argentina Recuperado de <http://cnnespanol.cnn.com/2017/08/10/la-economia-creativa-en-argentina/>
- Garcés, M, Valdés, A. (1999). Estado del arte de la participación ciudadana en Chile
Recuperado de <http://ciudadanistas.cl/wp-content/uploads/2011/09/Estado-del-arte-de-la-participacion-ciudadana-en-Chile.pdf>
- Granja, J. (2010). E-business y aspectos fundamentales de los negocios electrónicos. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/e-business-aspectos-fundamentales-negocios-electronicos/>
- González, A. (2016). El I Año Internacional de la Juventud (1985): Argentina entre lo global y lo local. *Passagens. Revista Internacional de Historia Política e Cultura Jurídica Rio de Janeiro*: vol. 8, no .1, janeiro-abril, p. 40-61.
- Grinnell, E., & Unrau, A. (1997). Metodología de la investigación.
- Hawken, P. (2012). Innovación Y Mercadeo A Escala Humana. Desarrollo y gestión N° 8.
- Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. 6th ed. México D.F: Mc Graw Hill Education, p.10.
- Honoré, C. (2005). Elogio de la Lentitud. Recuperado de: <https://www.uv.mx/veracruz/cosustentaver/files/2015/09/3.-Honore-C.-Elogio-de-la-lentitud.pdf>
- Ideas, Comercio Justo. (2017). Que es el Comercio Justo. Recuperado de <https://ideas.coop/que-hacemos/que-es-comercio-justo/>
- IDPAC (Instituto distrital de la participación y acción ciudadana). (2018). Lección 3
Empresarialidad solidaria, Curso de economía solidaria.
- Ingouville, F. (2016). Innovación creativa para emprendedores. Buenos negocios. Recuperado de: <http://www.buenosnegocios.com/notas/335-innovacion-creativa-emprendedores>
- ISO 9001:2015. (2015). Guía del usuario. Apcer.

- Jaramillo, M. y Parodi, S. (2003). Jóvenes emprendedores. Recuperado http://www.grade.org.pe/upload/publicaciones/archivo/download/pubs/MJ_SP_Jovenesemprendedores.pdf
- Juliao, C. (2011). El enfoque Praxeológico. Capítulo I ¿Qué es eso de praxeología?.
- Kantis, Hugo. (2016). Pensamiento Iberoamericano, La promoción del emprendimiento juvenil: su importancia para América Latina. (pp. 118-127)
- Kotler, P y Roberto, E. (1992). Marketing Social. Capítulo 1, recuperado https://books.google.de.com.co/books?id=vMRDpBfowEMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ViewAPI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Ley estatutaria 1622 – Estatuto de Ciudadanía Juvenil. (2013). Recuperado de <http://www.colombiajoven.gov.co/atencionaljoven/Documents/estatuto-ciudadania-juvenil.pdf>
- Licha, I (2002). Desafíos de la gerencia social en el siglo XXI, la construcción de sociedades equitativas. Parte II Las nuevas desigualdades sociales en América Latina. Recuperado de [https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/213/La%20construcci%C3%B3n%20de%20sociedades%20equitativas%20\(desaf%C3%ADos%20de%20la%20gerencia%20social%20en%20el%20siglo%20XXI,%20volumen%205\).pdf?sequence=1](https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/213/La%20construcci%C3%B3n%20de%20sociedades%20equitativas%20(desaf%C3%ADos%20de%20la%20gerencia%20social%20en%20el%20siglo%20XXI,%20volumen%205).pdf?sequence=1)
- Moreno, H., Velázquez, R. (2012). La sociedad del conocimiento: inclusión o exclusión, recuperado de <https://mail.google.com/mail/u/0/#search/aalfaro%40uniminuto.edu/161e745ee710658f?projector=1&messagePartId=0.3>
- Mosquera, C. (2016). Proyecto de coworking y networking para fomentar las relaciones comerciales internacionales de los artesanos peninsulares (Tesis de Maestría). Universidad de Guayaquil, Guayaquil Ecuador
- Motoa, F. (2017). Jóvenes que pagan sanciones por delitos le apuestan al emprendimiento. El

- Tiempo. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/bogota/emprendimientos-de-jovenes-que-pagan-sanciones-bajo-la-custodia-del-icbf-144482>
- Murillo, J. (2016). Emprendimiento Juvenil en Latinoamérica, Sinopsis, Recuperado de <file:///Users/mac/Downloads/regional.pdf>
- Navarro, A. (2015). La Gerencia Social Y El Nuevo Paradigma De Gerencia. Recuperado de <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/docente/pd-000170.pdf>
- Newbigi, J., (2010). La economía creativa, una guía introductoria. Recuperado de https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_La-economia-creativa-una-guia-introductoria_V1_010210.pdf
- Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS – Naciones Unidas, (2016) Recuperado de <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-8-decent-work-and-economic-growth.html>
- Ortega, C., (2014), 8 emprendedores menores de 20 años que están cambiando el mundo con sus Ideas, Recuperado de <http://www.youngmarketing.co/8-ideas-emprendedoras-creadas-por-menores-de-20/#ixzz5BiC7GBa4>
- Ortega, C., (2014), 8 emprendedores menores de 20 años que están cambiando el mundo con sus Ideas, Recuperado de <http://www.youngmarketing.co/8-ideas-emprendedoras-creadas-por-menores-de-20/#ixzz5BiC7GBa4>
- Ortega, C., (2017), Así es el millennial colombiano: ni tan parecido ni tan diferente al millennial arquetípico, Recuperado de <http://www.youngmarketing.co/millennials-en-colombia/>
- Ortiz, S., (2008), Participación Ciudadana. Y Acción Colectiva, (pp. 19-56)

- Pereira, Jorge. (2013). ¿Qué es el Know-How? Recuperado de <http://www.mercadeo.com/blog/2013/01/%C2%BFque-es-el-know-how/>
- Presidencia. Colombia Joven. Recuperado de <http://www.colombiajoven.gov.co/quehacemos/Paginas/isxj.aspx>
- Política Pública de Juventud para Bogotá D.C Decreto 482 de 2006.
- Política social para los jóvenes y las mujeres, (1992). Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/2626.pdf>
- Real Academia de la Lengua Española, (2017), Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=ELVW605>
- Red de Industrias Creativas (2018) Recuperado de <https://reddeindustriascreativas.com/>
- Reh. J. (2017). Visión general de benchmarking, prácticas y enfoques en los negocios. Recuperado de <https://www.thebalancecareers.com/overview-and-examples-of-benchmarking-in-business-2275114>
- Revista de estudios de juventud, (2011), Juventud protagonista: capacidades y límites de transformación social, Uso dual del tiempo en las actividades de ocio y su relación con el sentido de vida, (pp. 65 – 67).
- Revista Dinero. (2014). Bogotá le apuesta más al emprendimiento. Recuperado de: <http://www.dinero.com/economia/articulo/centros-desarrollo-economico-bogota/195727>
- Revista Dinero. (2017). Cali Creativa: una plataforma para impulsar la economía naranja. Recuperado de <https://www.dinero.com/economia/articulo/cali-creativa-programa-para-impulsar-la-economia-naranja/246965>
- Revista Dinero. (2017). Los beneficios de la Ley Naranja en el emprendimiento en Colombia. Recuperado de <http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/ley-naranja-y-economia-naranja-en-colombia/247374>

Sanguinetti, Julio María. (2016). Pensamiento Iberoamericano, Juventud, ¿fue juventud la mía? (Pp. 136-142)

Sante. S., (2016). Chile un buen lugar para hacer crecer startup. Recuperado de <http://www.youngmarketing.co/chile-un-buen-lugar-para-hacer-crecer-tu-startup/>

Schoof, Ulrich. (2006). Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people. Ginebra: OIT.

Schumpeter. J. (2003). Capitalism, Socialism And Democracy. Recuperado de <http://cnqzu.com/library/Economics/marxian%20economics/Schumpeter,%20Joseph-Capitalism,%20Socialism%20and%20Democracy.pdf>

Subdirección para la Juventud – Distrito Joven (2017). Recuperado de <http://www.integracionsocial.gov.co/>

Takagi, G. (2006). Joint Ventures sin fines de lucro - Parte uno. Recuperado de http://www.nonprofitlawblog.com/nonprofit_joint/