



Redes y alianzas para prevenir el fracaso de microemprendimientos y actividades productivas de las mujeres participantes en el colectivo “emprendedoras con amor” en la localidad de Usaquén-Bogotá D.C.- Colombia a través del Clúster Social.

Alfredo Benavides¹

Alejandra González²

Karem Mora³

Tutor: Obed Alfonso Fragozo Manjarrez

Facultad de Ciencias Económicas, Corporación Universitaria Minuto de Dios

Especialización en Gerencia Social

Abril, 2022

¹ CVLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002012692

² CVLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002012110

³ CVLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002012103

Tabla de Contenido

2. Título.....	5
a. <i>Resumen</i>	5
b. <i>Palabras Clave</i>	5
c. <i>Abstract</i>	5
d. <i>Keywords</i>	6
3. Introducción.....	6
4. Descripción Del Problema y preguntas de investigación.....	7
a. <i>Identificación Del Problema</i>	7
i) <i>Antecedentes</i>	7
ii) <i>Descripción del problema</i>	13
iii) <i>Formulación del problema:</i>	19
b. <i>Árbol de problemas</i>	19
5. Justificación.....	20
a. <i>Pertinencia de Investigación para la Gerencia Social</i>	20
i) <i>Desde el enfoque de Gerencia Social seleccionado</i>	20
ii) <i>Desde el aporte que genera a los gerentes sociales que la efectúan:</i>	21
iii) <i>Desde el impacto generado en la organización, grupo social o comunidad donde se realiza.</i>	21
b. <i>Pertinencia de la investigación para el problema que se estudia:</i>	22
c. <i>Pertinencia de la investigación frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible- ODS</i>	22
6. Objetivo General Y Específicos.....	26
a. <i>Objetivo General</i>	26
b. <i>Objetivos Específicos</i>	26
7. Diseño Metodológico.....	27
a. <i>Tipo de investigación</i>	27
b. <i>Enfoque de Investigación</i>	27
c. <i>Método de acercarse al objeto de estudio</i>	27
d. <i>Diseño</i>	28
i) <i>Praxeología</i>	28
8. Revisión Documental, Conceptual Y Normativa.....	30
a. <i>Los niveles de análisis de las investigaciones seleccionadas:</i>	30
i) <i>Local</i>	30
ii) <i>Nacional</i>	38
iii) <i>Internacional</i>	40

b.	Perspectivas de la investigación.....	42
i)	<i>Evolución del problema en el tiempo.....</i>	<i>42</i>
ii)	Elementos conceptuales y normativos para explicar el problema.....	43
iii)	Ideas, proyectos, estrategias, sugerencias y recomendaciones dadas en torno al problema.....	49
9.	Método y Técnicas de Recolección de Información.....	50
a.	Población objeto del estudio.....	50
b.	Descripción de los instrumentos de recolección de información utilizados en el trabajo de campo.....	50
c.	Instrumentos de recolección más importante para el proyecto	51
i)	<i>Matriz de conceptualización de variables</i>	<i>51</i>
ii)	<i>Aplicación del instrumento</i>	<i>53</i>
iii)	<i>Interpretación y presentación de la información recolectada atendiendo las categorías definidas en la matriz de conceptualización de variables.....</i>	<i>54</i>
10.	Estrategia de fortalecimiento organizacional.....	55
a.	Perfil y caracterización de la organización.....	55
b.	Metodología Redes y Alianzas	57
i)	<i>Diagnóstico de necesidades:.....</i>	<i>58</i>
ii)	<i>Identificación de actores estratégicos para configuración de redes y alianzas: 59</i>	
iii)	<i>Formulación de la estrategia.....</i>	<i>61</i>
iv)	<i>Elaboración de matriz de aliados y semáforo de alianzas.....</i>	<i>64</i>
c.	Cronograma y presupuesto.....	68
d.	Indicadores de impacto, producto, resultado y gestión	69
11.	Conclusiones y Recomendaciones	70
12.	Referencias.....	74
13.	Anexos.....	79

Lista de Tablas

Tabla 1 Comparativo Clúster Social - Clúster Productivo.....	46
Tabla 2 Matriz de Conceptualización	51
Tabla 3 Indicadores	69

Lista de figuras

Figura 1 <i>¿Dónde Existen más mujeres emprendedoras?</i>	11
Figura 2 Árbol de Problemas.....	19
Figura 3 Nivel educativo de empresarios - emprendedores.....	32
Figura 4 Emprendimiento según sexo por Localidades en Bogotá	33
Figura 5 Rango de edades de emprendedores por sexo.....	34
Figura 6 Gobernanza Clúster Social.....	57
Figura 7 Relación actores Clúster Social.....	61
Figura 8 <i>Eje Semáforo de Alianzas</i>	65
Figura 9 <i>Calificación Semáforo de Alianza</i>	66
Figura 10 <i>Cronograma</i>	68

2. Título

Redes y alianzas para prevenir el fracaso de microemprendimientos y actividades productivas de las mujeres participantes en el colectivo “emprendedoras con amor” en la localidad de Usaquén-Bogotá D.C.- Colombia a través del Clúster Social.

a. *Resumen*

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo diseñar una propuesta que permita la sostenibilidad y crecimiento de los emprendimientos liderados por mujeres, mediante la implementación de redes y alianzas como herramienta de Gerencia Social a través de la conformación de clúster social. El desarrollo del proyecto parte de una revisión documental acerca de posibles causas por las que los emprendimientos fracasan; por otra parte se realiza una revisión acerca de las características sobre los emprendimientos liderados o desarrollados por hombres y mujeres, se analizan los clústeres productivos como posible herramienta a solucionar las causas encontradas, y se identifican las posibles redes y alianzas que a futuro podrían permitir fortalecer los emprendimientos liderados por mujeres que cuenten con pocos recursos financieros, humanos, materiales y técnicos y de ésta manera prevenir el fracaso de los emprendimientos.

b. ***Palabras clave:*** Emprendimiento, clúster productivo, clúster social, inclusión de género, redes y alianzas, gerencia social.

c. *Abstract*

The objective of this research project is to design a proposal that allows the sustainability and growth of enterprises led by women, through the implementation of networks and alliances as a Social Management tool through the formation of a social clúster. The development of the project is based on a documentary review about possible causes why the ventures fail; On the other hand, a review is carried out about the characteristics of the enterprises led or developed by men and women, productive clústers are analyzed as a possible tool to solve the causes found, and possible networks and

alliances are identified that in the future could allow strengthening enterprises led by women that have few financial, human, material and technical resources and thus prevent the failure of enterprises.

- d. **Keywords:** Entrepreneurship, productive clúster, social clúster, gender inclusion, networks and alliances, social management.

3. Introducción

“Es importante que se promueva el emprendimiento femenino, porque para una mujer puede ser su mayor acto de rebeldía y la puerta a su libertad.” (García, 2019).

El presente proyecto de investigación titulado “Redes y alianzas para prevenir el fracaso de microemprendimientos y actividades productivas de las mujeres participantes en el colectivo “emprendedoras con amor” ubicadas en la localidad de Usaquén-Bogotá D.C.- Colombia, a través de Clúster Social”; se desarrolla bajo los parámetros de la Especialización de Gerencia Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, que tiene como objetivo principal plantear una propuesta para prevenir la problemática encontrada como el fracaso de microemprendimientos y actividades productivas de las mujeres, mediante la implementación de la herramienta de Gerencia Social denominada redes y alianzas a través de la creación de un clúster social.

El presente proyecto de investigación, se centra en la población de mujeres emprendedoras que hacen parte del colectivo social “Emprendedores con amor” en la localidad de Usaquén, a fin de encontrar las redes y alianzas que den respuesta a la problemática que las mujeres emprendedoras viven, sobre el fracaso de sus microemprendimientos y/o actividades productivas, por la falta de asesoramiento, apoyo económico y herramientas que les ayuden a potencializar sus negocios, su organización, logística, entre otros, planteando como propuesta la creación de un clúster social.

4. Descripción del problema y preguntas de investigación

a. Identificación del problema

i) Antecedentes.

Partiendo de una revisión documental, se entiende que el fracaso en general de los emprendimientos en América se debe a la falta del apalancamiento y coordinación entre los Estados y las personas que fundan microempresas. Según el Banco Interamericano de Desarrollo en adelante (BID), con frecuencia se asume que el fracaso es culpa de fuerzas externas como son las crisis económicas, problemas con los inversionistas o alguna crisis inesperada. No obstante, en una serie de encuestas llevadas a cabo con emprendedores tecnológicos, el Instituto del Fracaso descubrió que la mayoría de los emprendimientos no prosperan por causas internas. Estas incluyen la mala administración, los desencuentros entre socios y el estudio insuficiente del mercado, entre otros. En retrospectiva, la mayoría de los que fracasan confiesan que la “culpa” fue de ellos mismos en su mayoría, y que el fracaso era previsible. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2018).

Por otro lado, se ha venido evidenciando, una desventaja competitiva en el mundo laboral hacia las mujeres, pues una gran parte de la población femenina, actualmente sufre aún de desigualdad de género, lo que en algunas mujeres incide en problemas como el analfabetismo. Por ejemplo, Leticia Gasca asegura que son las mujeres las que representan aproximadamente dos terceras partes de la población analfabeta del mundo, y, a menudo, no pueden administrar o ser propietarias de la tierra en la que trabajan. Por lo que estas situaciones son disparidades que limitan no sólo las vidas de las mujeres, sino el potencial del mundo en desarrollo. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2018).

Frente a las desventajas laborales que sufren actualmente las mujeres y la desigualdad de género, en donde los recursos productivos son limitados y la falta de oportunidades en el mundo laboral son cada vez más escasas, conlleva a que las mujeres se sienten impulsadas a disponerse en la búsqueda de lo que realmente les apasiona, de

acuerdo con (Eib & Siegert, 2019), esto implica el equilibrio entre compartir tiempo con la familia, el trabajo, los hijos, así como, generar un empoderamiento económico, son tan solo algunos de los argumentos por los que las mujeres deciden iniciar su propia idea de negocio.

En línea con la situación presentada anteriormente, se encuentra que una de las más grandes herramientas que tienen las mujeres para su propio empoderamiento económico, tiene que ver con los nacimientos de emprendimientos femeninos. Respecto a esto, la revista económica colombiana Portafolio, mencionó que se ha obtenido un crecimiento en el emprendimiento femenino en Colombia durante los últimos años, aumentando del 44.1% al 48.3% entre 2014 y 2018, la participación de las mujeres en la creación de empresas con respecto a los hombres (Portafolio, 2019). Sin embargo, a pesar de que en Colombia el 17,8 % de las mujeres tiene un emprendimiento en etapa temprana, no hay un estudio que muestre su supervivencia a largo plazo. (Arias, 2021).

Antes de continuar, es importante enfatizar que, la falta de ingresos económicos permanentes y las escasas oportunidades laborales en el país han fortalecido el tipo de “emprendedores por necesidad”, concepto referente a la población de escasos recursos que decide iniciar una vida laboral como independiente (o en trabajos de tipo cuenta-propia). Esta realidad evidencia un problema latente en cuanto a la escasa proyección, en la creación de emprendimientos desarrollados por mujeres colombianas. (DANE, 2016).

Teniendo en cuenta, la ausencia de evidencia acerca de la supervivencia a largo plazo de los emprendimientos femeninos, se desea entender en la presente investigación, las causas por las cuales estos emprendimientos o ideas de negocios podrían no estar manteniéndose o siendo sostenibles en el tiempo. Para esto, se trae a colación un estudio en México, realizado en 2018 por Pro Mujer y el Instituto del Fracaso, donde mencionan que la responsabilidad de los hijos y el hogar es la principal causa en cinco de cada 10 de los casos de fracaso entre las mujeres más pobres. La investigación concluyó también, que

cuatro de cada 10 emprendedoras fracasaron cuando su negocio estaba aún en etapa inicial, tres de cada 10, tuvieron que cerrar en un punto de estabilidad y uno de cada 10 cerró en etapa de expansión. El estudio, buscaba responder cuáles son las barreras que impiden a las mujeres empoderarse cuando inician un negocio en un ambiente de pobreza. En esa investigación se encontraron cuatro causas principales por las que las mujeres de escasos recursos deben cerrar sus emprendimientos: (Forbes Women, 2019).

“Responsabilidades del hogar y cuidado de los niños (49%). La falta de división efectiva del trabajo doméstico y las responsabilidades familiares entre los miembros del hogar (incluida la pareja, los hijos y otras personas que viven en casa) es el principal factor de fracaso empresarial para las mujeres. “Los estereotipos de género plantean un gran desafío para las mujeres, en especial para aquellas que viven en situaciones de marginación y que buscan consolidar un negocio propio”, señala el estudio.

Incapacidad para manejar el crédito dado a clientes (26%). Vender productos en pagos para incentivar la compra es una de las características más comunes de los negocios de las mujeres de bajos ingresos, sin embargo, al no recibir las mismas condiciones de pago por parte de sus proveedores y deben absorber el costo del crédito. Cuando la o el comprador deja de pagar o se atrasa, la comerciante debe efectuar el pago y asumir la pérdida si es que pretende mantener el negocio a flote.

Finanzas y planeación estratégica (20%). Siete de cada 10 empresarias de bajos recursos no completó sus estudios, como consecuencia, los conocimientos administrativos y de gestión se aprenden a base de prueba y error. Esta situación resulta particularmente evidente cuando se habla de negocios informales, donde sólo una de cada tres empresarias reportó llevar un registro contable.”

En concordancia con las causas mencionadas en el estudio, se resalta para la presente investigación, dos de ellas; por un lado, las responsabilidades del hogar y cuidado de los niños: Frente a ésta, se entiende que la conciliación entre vida familiar y empleo se resuelve muchas veces a través de una empresa, pero al mismo tiempo hace también difícil

desarrollar la misma. Las mujeres empresarias enfrentan estereotipos negativos sobre su capacidad para establecer y desarrollar una empresa; tramitología y burocracia estatal, fluidez de la relación universidad-empresa y universidad ambiente, e incentivos al comportamiento innovador en las organizaciones (Sela, 2010, p 8).

La segunda causa que se desea resaltar para la presente investigación es: Finanzas y planeación estratégica, pues resulta importante tener en cuenta que la informalidad de los micro negocios en Colombia, son del 74,6% aproximadamente, de los cuales, estos no tienen ningún registro ante Cámara de Comercio de Bogotá en adelante CCB (DANE, 2016). Por otro lado, es fundamental tener en cuenta que, las mujeres empresarias enfrentan dificultades estructurales para acceder a crédito, capital y educación financiera, lo que impide que sus empresas crezcan.

En respuesta a las dificultades descritas anteriormente, en la actualidad existen los modelos de clúster que pueden reflejarse a simple vista como una posible solución a dichos problemas, entendido de la siguiente manera:

“Los clústeres son concentraciones geográficas de compañías e instituciones de un determinado campo con relaciones económicas entre ellas. Representan una nueva forma de organización espacial que promueve la competencia y la cooperación y suponen una forma más dinámica de acercarse al estudio del desarrollo económico que la tradicional visión por sectores. Diversos estudios parecen demostrar una mayor apuesta por la innovación en las empresas cuando estas se encuentran integradas en algún clúster.” (Bao Cruz & Blanco Silva, 2014).

Según la reconocida revista especializada en el mundo de los negocios y las finanzas Forbes, en Colombia, el 17,8 % de las mujeres adultas están fundando empresas en etapa temprana. “Además hay 7,2 mujeres emprendedoras por cada 10 emprendedores hombres, es decir en nuestro país la proporción de mujeres emprendedoras es casi la misma que la de hombres.”(Forbes Women, 2019). Reafirmando sobre el impulso de crear microempresas que sean lideradas por mujeres, la misma revista Forbes Women, afirma

que los datos de la CCB refleja que el 38,7% de las microempresas u organizaciones tienen como representante legal una mujer, y se crearon 5.074 empresas por mujeres entre los años 2016 y 2018.

La figura que se muestra a continuación muestra doce (12) países en donde existe mujeres emprendedoras, revisando que Colombia se encuentra en el tercer lugar, por esto es importante fortalecer las redes y alianzas de las mujeres para el sostenimiento y crecimiento de sus iniciativas y emprendimientos, dado que al impulsar éstas mujeres se puede aportar al posicionamiento del emprendimiento de las colombianas.

Figura 1

¿Dónde Existen más mujeres emprendedoras?



Nota. El gráfico representa el porcentaje de mujeres que se encuentran en la etapa inicial de su proyecto empresarial (máximo 3.5 años desde que fundaron su empresa). El estudio incluyó un total de 49 países. Tomado *Forbes Women, 2019*.

Teniendo en cuenta que Colombia se reconoce como uno de los países con mayor talento emprendedor, se hace preciso promover el aumento de la participación femenina en procesos productivos de gran escala, en concordancia con esto, como se ha visto anteriormente, la violencia de género no solo permea la vida privada de las mujeres sino que termina por repercutir negativamente en el fracaso o la no creación de emprendimientos

por parte de mujeres, o en otras palabras, problemas sociales que se resuelven en un impacto económico negativo para el país.

Por otra parte, la revista, igualmente resalta que “aunque los avances son notorios, se debe hacer un llamado al gobierno y todos los actores del ecosistema para que la representación femenina en políticas y concursos de emprendimiento aumente, la importancia de este tema trasciende a la actividad productiva y se podrá reflejar en una sociedad más sana, donde las mujeres puedan realizarse económicamente.” (Forbes Women, 2019).

Esta afirmación realizada por la revista Forbes, muestra la realidad del abandono del gobierno en el apoyo a las emprendedoras y en especial a aquellas que, por su nivel educativo, económico, cultural, viven barreras de acceso a los programas o espacios de apoyo, de acuerdo a lo anterior, con la búsqueda de esas redes y alianzas se quiere enfatizar en el apoyo que desde el gobierno se puede brindar a las mujeres emprendedoras.

Un modelo que ha sido utilizado para el apoyo de empresarios han sido los Clústeres productivos, este tipo de modelo, tradicionalmente ha venido sirviendo para empresas ya constituidas y para procesos productivos estandarizados, sin embargo, a pesar de ser una herramienta novedosa y eficaz para la innovación empresarial y productiva, no da respuesta a las necesidades de pequeñas empresas, las cuales probablemente no cuentan con un sobresaliente músculo financiero, una estructura organizacional estandarizada o una planeación estratégica fuerte que les permita convertirse en un emprendimiento sostenible; pues los clústeres, en su mayoría promueven las aglomeraciones de aquellas empresas que evidencian una ventaja productiva bastante sobresaliente en comparación a un emprendimiento en etapa base.

Por lo que para configurar un clúster que sirva a mujeres emprendedoras que posiblemente no tienen una empresa constituida y tal vez ni siquiera un emprendimiento,

sino probablemente desarrollan únicamente una actividad productiva para generar algún ingreso extra, el modelo de clúster como se conoce normalmente, podría tener que pensarse en un 'Clúster Social' de modo que pueda servir también a apalancar este tipo de actividades y además apoyar el empoderamiento económico femenino por medio de educación financiera y recursos del Estado que impulsen este tipo de actividades.

“Según el informe Inversión con lentes de género: cómo las finanzas pueden acelerar la igualdad de género, del BID, en América Latina se da la segunda tasa más alta de fracaso de compañías lideradas por mujeres a nivel mundial debido a la falta de acceso a capital”. (Infobae, 2020). Lo anterior impulsa a investigar en Colombia que se ha desarrollado para aportar en la igualdad de género; por ello en éste país, en su búsqueda de aportar a erradicar la violencia de género, a través del apoyo a las mujeres emprendedoras, el 24 de marzo de 2021 se celebró “un día histórico en los anales de la equidad de género en el país, al ser discutidos y aprobados varios proyectos de ley en el Congreso de la República, luego de que las mesas directivas del Legislativo decidieron priorizarlos como una forma de ‘homenajear’ a las mujeres colombianas en el mes de marzo”. (Infobae, 2021)

Esta búsqueda de impulsar a las mujeres emprendedoras implica mayor unidad y conectividad del gobierno nacional, instituciones, entidades y redes, a fin de fomentar un entorno favorable para el desarrollo de iniciativas empresariales y su fortalecimiento (INNPULSA Colombia, 2016). Es de allí donde se parte la importancia de crear una red y alianza estratégica sólida para que no sólo sea el proporcionar herramientas, sino generar un acompañamiento y apoyo integral en ese empoderamiento a través del clúster social.

ii) Descripción del problema

El problema de esta investigación se entiende como un problema que se genera a gran escala en el país y probablemente a nivel latinoamericano, gracias a imaginarios culturales alrededor de los emprendimientos existen muchos cursos y capacitaciones, sin

embargo, no hay estrategias que brinden a la mujer emprendedora herramientas para el sostenimiento de sus emprendimientos con el fin de que aumenten sus recursos y salgan del círculo de la exclusión de género.

La falta de aglomeración y competencias, con apoyo de entidades estatales, financieras y académicas para los emprendimientos de las mujeres se considera parte del problema del sostenimiento y crecimiento de los emprendimientos de las mujeres; entendiendo el concepto de emprendimiento como la acción de crear un negocio o negocios con el objetivo de generar ganancias, si bien en los últimos años se ha evidenciado un crecimiento en el liderazgo de mujeres en emprendimientos, acorde con las cifras de la CCB en donde el 50,5% de las líderes de emprendimientos son mujeres evidenciando un crecimiento desde el años 2013 hacia el 2016; por tanto se considera importante fortalecer aglomeraciones para aunar esfuerzos en donde se generen estrategias, se brinden herramientas de capacitación, educación, direccionamiento, financiación, entre otras actividades, que potencialicen las capacidades de las mujeres emprendedoras y donde se aumenten sus recursos para promover a gran escala procesos productivos y de distribución a fin de lograr un sostenimiento personal y familiar a largo plazo.

La motivación e invitación a colectivos, gobernantes, instituciones académicas, colectivos y emprendedoras es promover por medio de la aglomeración de actividades productivas ideas de negocios de mujeres para que además de atreverse a crear empresa, obtengan las capacidades y los recursos necesarios para llevar a cabo este tipo de emprendimientos a niveles superiores y mantenidos en el tiempo. (Arias, 2021)

Si se desea fortalecer las competencias de las mujeres emprendedoras implica varios factores de valor y herramientas como la autoconfianza, el esfuerzo, la buena actitud que acorde a los índices de emprendimiento calculados Corporación Mundial de la Mujer Colombia en adelante CMMC, las mujeres bogotanas se caracterizan por demostrar una actitud emprendedora, tienen orientación al autoaprendizaje, a la perseverancia y se sienten

con gran capacidad para enfrentar y solucionar problemas, manejar las finanzas, negociar, liderar y trabajar en equipo. Estos aspectos resultan relevantes con el fin de que emprendimientos de mujeres al ser direccionados y asesorados pueden lograr un gran potencial en el sostenimiento. (CCB, 2017).

¿Por qué centrarse en las mujeres emprendedoras y no en los hombres?, una de las razones principales, como se mencionó anteriormente, la inclusión de género es un factor que se está fortaleciendo con el tiempo. Por otra parte, según la proyección de la población para el 2023 de la encuesta del DANE en 2016, la población de mujeres será del 4.8 millones y de acuerdo a los resultados del estudio, las mujeres en Bogotá representan un 52% respecto de los hombres con el 48%, cifras similares a las de Nueva York (52%), Londres (51%), México (52%) y Buenos Aires (51%). Otro punto a tener en cuenta de la encuesta del DANE es que de las 58,379 personas que se habían vinculado hasta ese momento a los servicios empresariales de la CCB, 27.123 (45%) son mujeres, de las cuales el 54% son emprendedoras (14.281). (DANE 2016).

Estas cifras impulsan que la presente investigación se centre en una población constantemente segregada por su género, en donde este universo de personas se encuentran mujeres que ya producen cierta actividad productiva o ya cuentan con algún emprendimiento. Este grupo puede aportar en gran medida al crecimiento no solo económico sino también social, familiar y cultural del país.

Teniendo en cuenta que la investigación se centra en mujeres emprendedoras, se resalta un interesante resultado de los estudios del observatorio de la Mujer emprendedora bogotana, en el cual se asevera que el emprendimiento femenino tiende y ha tendido a subir: “Entre el 2013 y el 2016, ha crecido el número de mujeres emprendedoras vinculadas a los servicios empresariales en la CCB, de 804 en 2013 a 6,835 en 2016.” (Vicepresidencia de Fortalecimiento empresarial, 2016).

Lo anterior, lleva a un alto interés de potencializar las alianzas y redes para la prevención del fracaso y el sostenimiento de las mujeres emprendedoras, ya que es un alto índice de que la mujer es quien actualmente ha iniciado emprendimientos y se están fortaleciendo en su liderazgo, esto conlleva a un trabajo articulado entre el Estado, entidades privadas y las mismas mujeres como grupos de interés de importancia y relevancia para la economía de su familia, su núcleo y hasta el país.

Respecto a las mujeres emprendedoras en la localidad de Usaquén -Bogotá, el cual será el territorio de investigación, la proyección poblacional para la localidad a 2021 es de 571.268 habitantes, en donde el 54,02% son mujeres. De las 64.480 empresas ubicadas en la localidad de Usaquén a corte de agosto de 2021: 36.372 (58,95%) son de servicios, 14.007 (21,72%) son de comercio, 9.407 (14,59%) son de industria y 3.054 (4,74%) son de otras actividades.

En cuanto al tamaño de las empresas ubicadas en la localidad, el número de empresas para 2021, en donde las microempresas de la localidad representan el 9,2% de la ciudad, las pequeñas el 16,6%, las medianas y grandes el 17,7% de Bogotá.

Por otro lado, el 30,8% de las Mipyme tiene como representante legal a una mujer, donde la mayoría son microempresas con 1 a 9 trabajadores. Estas empresas pertenecen a los siguientes subsectores económicos: servicios, comercio, alimentos y bebidas, belleza y estética, textil y confecciones, inmobiliario, construcción y farmacéutico. De las Mipymes encuestadas se reportan 478 trabajadores y 211 trabajadoras. (CCB, Cálculos del Observatorio de Desarrollo Económico - ODEB, 2021).

Otra fuente de información relevante es la caracterización que ha venido adelantando la tropa económica, que a corte de septiembre 2021 ha caracterizado 430 empresas en la localidad de Usaquén. De las cuales el 45,35% tienen como propietaria a

una mujer. De las empresas cuya propietaria es una mujer: el 75,00% son microempresas, el 23,91% unipersonales y el 1,09% pequeñas (ODEB, 2021).

En la búsqueda de una muestra de mujeres emprendedoras con características similares a las expuestas en este apartado, se cuenta con el Colectivo Emprendedoras con Amor que dio inicio con una mujer llamada Norha Patricia Plata Segura, que desde su carrera como cantante inició su sueño de convertir su talento en su oportunidad de emprender; como ella misma lo expresó:

“de esta manera empecé a estudiar música, a cantar con orquestas, grupos y así inicio mi propio grupo musical, empecé a componer y auto patrocinar grabando mis composiciones y a promocionar tocando puertas a los medios para conocer mi música, empecé a inventarme eventos y en éstos eventos invité a las señoras que hacen comidas, para que las vendan en mis shows, empiezan a llamarme para que les dejé colocar sus stand en mis eventos; así que entiendo cómo puedo ayudar a mujeres que como yo tienen un sueño y desean darlo a conocer; de tal manera que me identifico totalmente y pensé si formó un grupo de EMPRENDEDORAS podré integrar a estas mujeres que como yo quieren avanzar y salir adelante con su propio emprendimiento y que como yo han trabajado sus productos; así que reuní a todas ellas y les propuse unirnos para ayudarnos entre sí y salí adelante. La respuesta fue muy positiva, puesto que en las ferias y eventos falta motivación para la venta y al cantar y animar convocamos más público, realizamos nuestra primera feria en Toberín y empecé a realizar actividades motivadoras: rifas, descuentos, la hora feliz entre otras cosas para unirnos en un solo espacio y lograr apoyo entre todas. Para el nombre de este movimiento sometí a votación a cada una de las mujeres que participamos y elegimos " EMPRENDEDORAS CON AMOR" porque todos nuestros productos son hechos con el toque femenino de sensibilidad de mujer, impregnando ese sentimiento maternal que tenemos las mujeres para nuestros productos sean útiles y de satisfacción al público, lo asesoramos, los consentimos y la satisfacción que te compren tu sueño nos da la fe para seguir adelante”.

Vale resaltar, que Norha, en el modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y la creatividad son pilares de transformación social y económica del país, llamado Economía Naranja (en Colombia) e impulsado por el Gobierno Nacional, es ella, la primera consejera naranja del Colombia. Lo que permite entender la capacidad de liderazgo y recepción con el que cuenta esta líder, además, de una convicción imponente por promulgar por el crecimiento económico y empoderamiento femenino de cada una de las emprendedoras del colectivo así como ella misma.

El colectivo 'EMPRENDEDORAS CON AMOR', ubicado en la localidad de Usaqué-Bogotá no es una sociedad, ni una cooperativa; las mujeres emprendedoras actúan por sí solas como emprendedoras personales, que trabajan de manera individual trabajando desde sus hogares. Se debe tener en cuenta que la gran mayoría de estas emprendedoras trabaja su emprendimiento desde la informalidad, sin ningún registro mercantil ni conformación empresarial.

La cadena productiva de sus emprendimientos está centrada en fabricación de prendas de vestir, accesorios, artesanías, textiles, gastronomía, eventos musicales y de turismo; sin apoyo estatal ni privado, la gran mayoría sin formalización como empresa en Cámara de Comercio u otros, aunque algunas de ellas han tenido apoyo educativo en administración, economía y contabilidad para microempresas, sufren la falta de recursos económicos para la consecución y transformación de las materia primas, el sitio de trabajo, la comercialización de sus productos y servicios.

Por lo anterior, la aglomeración natural que han emprendido bajo el liderazgo de Norha Plata les ha servido como aliciente para generar nuevos productos y servicios innovadores mostrándose en las ferias de productividad que organizan con el apoyo de la Junta Administradora Local de Usaqué en cabeza del líder edil Horacio Estrada.

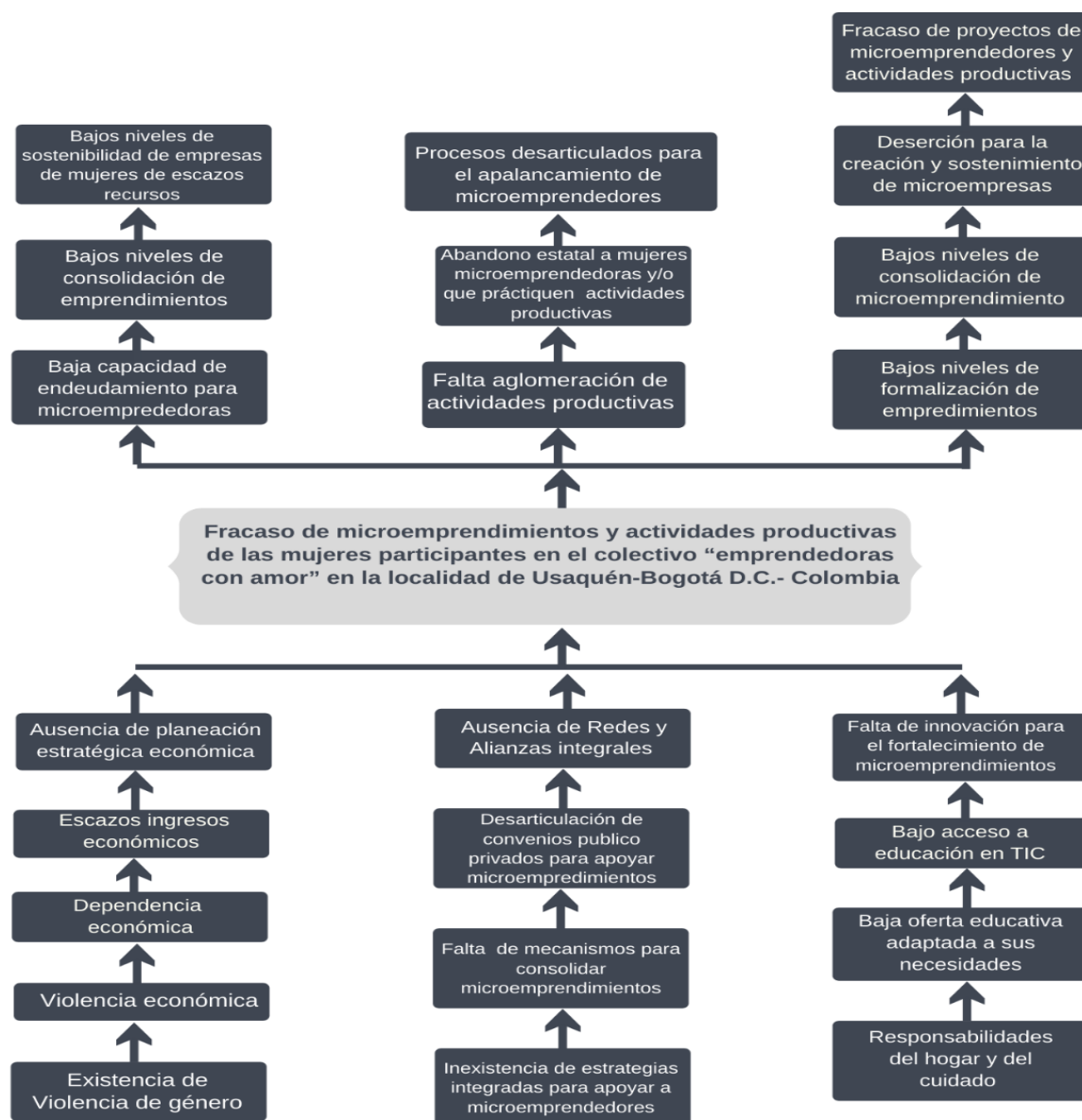
iii) **Formulación del problema:**

¿Cómo prevenir el fracaso de microemprendimientos y actividades productivas de las mujeres participantes en el colectivo “emprendedoras con amor” en la localidad de Usaquén-Bogotá D.C.- Colombia?

b. **Árbol de problemas**

Figura 2

Árbol de Problemas



Nota. Árbol de problemas, el cual evidencia las causas y efectos del problema central del proyecto integrador.

5. Justificación

a. Pertinencia de investigación para la Gerencia Social

i) Desde el enfoque de Gerencia Social seleccionado

Se desea resaltar desde una óptica gerencial, que la propuesta que se plantea en la investigación aporta a la generación de valor social en el sentido en que busca ser aporte para el desarrollo social, el cual continúa predominando en la planeación y la acción social de las organizaciones estatales, de la sociedad civil y la empresa privada y sigue estando asociado a las nociones de crecimiento económico y de progreso.

Para argumentar lo anterior, se considera la producción de Teodoro Pérez, Ma. Eugenia Martínez y Ana Luz Rodríguez con su libro 'Gerencia Social Integral Incluyente' y específicamente en el 'Modelo de Gerencia Social Integral e incluyente'. Este modelo o enfoque de gerencia social contiene lineamientos estratégicos específicos los cuales entienden el 'Desarrollo Social' como un proceso consistente en la promoción y generación de las condiciones que posibiliten a todas las personas –tanto individual como colectivamente- el desarrollo de sus capacidades y potencialidades humanas para que éstas, a su vez, construyan una vida digna y sean lo que quieren y pueden ser en el contexto social e histórico en el que transcurre su existencia, en un marco de responsabilidad y reconocimiento de las subjetividades de los múltiples actores sociales intervinientes, de valoración de todos los trabajos humanos y de relación respetuosa con su entorno natural y social. (Martínez, Pérez, & Rodríguez, 2008)

Como gran horizonte del quehacer social del Estado y de las organizaciones, el ya mencionado enfoque concibe que el desarrollo social necesita ser gerenciado, por tal razón, esta perspectiva justifica la pertinencia de buscar resolver el problema de estudio que ya se ha planteado a lo largo de este producto y da bases específicas para resolverlo: Martínez, Pérez, & Rodríguez perciben a la Gerencia Social, como una mediación para hacer factible el desarrollo social. Entendiendo pues, el concepto de Gerencia, como "los conocimientos, cualidades y habilidades para orientar y gestionar el logro de determinados fines u objetivos.

En esta línea, se considera a la Gerencia Social como la dirección, administración y gestión de las complejidades sistémicas de las organizaciones productoras de bienes y servicios dentro de una conciencia de responsabilidad social, en cuanto a hacerse cargo de las consecuencias que en los otros componentes de los sistemas vivientes tienen las propias acciones, para prevenir, mitigar o resarcir tales efectos de manera que promuevan y generen condiciones para que equitativamente todas las personas puedan disfrutar de una calidad de vida digna y les sea factible desplegar sus capacidades y potencialidades en el marco del desarrollo social.” (Martínez, Pérez, Rodríguez, 2008).

ii) Desde el aporte que genera a los gerentes sociales que la efectúan:

En línea con el modelo de ‘Gerencia social Integral e Incluyente’ se considera es pertinente para los gerentes sociales, en el sentido que comprende el papel de los investigadores desde el estudio, pero también desde la acción positiva en comunidades:

“En el modelo se ha optado por no hablar de “intervención” social, ya que este término connota y evoca una acción desde una posición de poder frente a un contexto que va a ser modificado por el agente externo. En su defecto se hablará de “acción” social, ya que este vocablo tiene una acepción mucho más cercana al sentido que el Modelo de Gerencia Social Integral e Incluyente le da a la actuación de los gerentes sociales: ‘Ejercicio de la posibilidad de hacer. Resultado de hacer. Efecto que causa un agente sobre algo.’ (Martínez, Pérez, Rodríguez, 2008).

iii) Desde el impacto generado en la organización, grupo social o comunidad donde se realiza.

Asimismo, se considera que la investigación podría ser muy importante, porque la herramienta de gerencia social de redes y alianzas representan una opción para las empresas del país y en general las comunidades, a través, de las cuales se logrará su fortalecimiento, consolidación y competitividad, que dará pauta para la mejora de procesos y productos, lo que constituye una base para la expansión de operaciones hacia el mercado nacional e internacional. En resumen, eso es lo poderoso de las alianzas: permiten a

mujeres de un colectivo generar valor junto a otras que aportan competencias nuevas, creando beneficios para ambas partes y, mejor aún, para un tercero. Adicionalmente, ocurre una transferencia virtuosa de conocimientos y prácticas, en este caso mujeres emprendedoras de bajos recursos, potenciar sus fortalezas y generar alianzas y redes que prevengan el fracaso de emprendimientos en mujeres.

b. Pertinencia de la investigación para el problema que se estudia:

La pertinencia en este apartado, se sustenta gracias a la propuesta de solución del problema, como lo son los clústeres sociales, atacando así las causas más visibles por las que se considera se da el fracaso de microemprendimientos y actividades productivas en cualquier etapa de sus negocios. Recordar que dichas causas son: Inexistencia de créditos financieros para inversión, falta de planeación estratégica económica, incapacidad para manejar el crédito dado a clientes y la falta de innovación para el fortalecimiento de microemprendimientos.

Conllevando así, efectos adversos muy negativos para las mujeres de bajos recursos que consideran el emprendimiento como una respuesta para solucionar su situación financiera y su propio empoderamiento, pues al fracasar se promueve la deserción de creación de microempresa, el abandono estatal a mujeres emprendedoras de bajos recursos y se daría pie a bajos niveles de creación de empresa de mujeres con escasos recursos.

c. Pertinencia de la investigación frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible-ODS

El siguiente apartado desglosa desde el nivel local la pertinencia de la investigación para seguir un hilo conductor que dé cuenta a qué ODS busca atacar el presente trabajo para la intervención de problemáticas globales y en parte, su posible solución.

Local: La actual Alcaldía Local de Usaquén en Bogotá, Colombia cuenta con programas vigentes del actual Gobierno como 'Yo Emprendo Usaquén' el cual es ofertado

por el Fondo de Desarrollo Local de Usaquén y contempla las iniciativas ciudadanas en formación, asistencia técnica, eventos y capital semilla.

Municipal: La actual Alcaldía del Distrito Capital de Bogotá, impulsa programas con la Cámara de Comercio de la ciudad para promover el desarrollo acelerado de emprendimientos femeninos con base tecnológica liderados por mujeres. Dicha iniciativa lleva como nombre '#Mujeres TECH CCB' y va ya por su segunda versión gracias a la acogida por parte de las beneficiarias.

Plan de Desarrollo Departamental: El departamento de Cundinamarca, viene implementado el programa "MUJERES EMPRENDEDORAS", el cual tiene como propósito contribuir al desarrollo de capacidades y del potencial productivo de mujeres y organizaciones de mujeres rurales y urbanas del departamento de Cundinamarca, que se encuentren en contextos de vulnerabilidad, mediante el aporte de capital semilla y asistencia técnica de las Iniciativas Productivas (IP), iniciativas de negocios y/o proyectos de emprendimiento y/o empresariales en ejecución para impulsar el empoderamiento y desarrollo económico.

Plan Nacional de Desarrollo: Tiene regalías destinadas a impulsar emprendimientos de mujeres. El gobierno, lanzó una herramienta pionera en el país, que facilita a las entidades territoriales destinar recursos de regalías para empoderar a las mujeres en las regiones a través del Proyecto Tipo 'Implementación de acciones que contribuyan al empoderamiento económico y social de las mujeres', iniciativa de la Vicepresidencia de la República y la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, con el apoyo del Departamento Nacional de Planeación y ONU Mujeres.

Por otro lado, cuenta con alianzas con el sector privado. Un caso concreto es el Ministerio TIC para servicios de voz y datos móviles a emprendedoras colombianas, en alianza con Bavaria por medio de la iniciativa 'Última Milla Móvil' para las mujeres que hacen parte del programa de 'Emprendedoras Bavaria'.

América latina: “La Revista Espacios, asegura que América Latina ha tenido en los últimos años un impulso para constituir emprendimientos de mujeres en el ámbito rural, estos emprendimientos son impulsados por las políticas internacionales, entre las cuales está la agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas, en la que uno de los objetivos consiste en erradicar la desigualdad de las mujeres en zonas rurales de todo el mundo.” (CONTRERAS, VARGAS, CRUZ, & SERRANO, 2020)

ODS' s: El fin de fortalecer los procesos para fomentar, aglomerar y fortalecer las competencias para el emprendimiento de las mujeres, en busca del sostenimiento, apunta a varios de los objetivos de desarrollo sostenible como son:

- Objetivo 1 Fin de la pobreza: En donde acorde a las metas definidas en la número 1.4 busca “Para 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los más vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos, así como acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de las tierras y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías y los servicios económicos, incluida la micro financiación.” (ONU, 2015).

Con la investigación se busca que las mujeres emprendedoras en el ejercicio de sus derechos puedan acceder a los diversos servicios y recursos económicos que sean de fácil acceso, con una inclusión especial de atención como población vulnerable, donde puedan fortalecer su aprendizaje económico, el uso de las nuevas tecnologías, para que con micro financiamientos puedan no solo tener la iniciativa de emprendimientos sino un fortalecimiento del mismo hasta su total consolidación.

- Objetivo 5 Igualdad de Género: Su meta 5.1 busca “Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo” (ONU, 2015)

Meta 5.5 “Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública” (ONU, 2015)

Lo que se ha observado durante la historia frente a la discriminación de la mujer en los diferentes escenarios, es relevante y marcada, es por ello que esta investigación se enfoca en mujeres, con el propósito de aportar a esa igualdad de género, se considera que al dar herramientas y estrategias la mujer se levanta como líder, toma un lugar importante en la sociedad y es una forma de aportar a la no discriminación, eliminando las barreras de que por años las mujeres han tenido que vivir.

- **Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico:** Enfocados en la meta **8.2** Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra. Meta 8.3 “Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas”(ONU, 2015)

La herramienta que se pretende utilizar busca que los emprendimientos y microempresas de mujeres, sean sostenibles en el tiempo, mitigando el fracaso en temprana etapa de los emprendimientos, esto a través de las entidades e instituciones que brinden apoyo financiero, innovación, modernización, entre otros. Cuando una persona tiene las herramientas, capacitaciones, pero sobre todo un asesoramiento y acompañamiento continuo se logran mayores resultados.

- **Objetivo 9 Industria Innovación e Infraestructura:** Meta **9.3** Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados. (ONU, 2015)

Con este noveno objetivo del desarrollo sostenible, este proyecto busca en forma particular que las emprendedoras mujeres cuenten con ese acceso a los servicios financieros, pues es visto que una de las causas principales del fracaso a temprana etapa son los escasos recursos para lograr emprender.

- **Objetivo 10 Reducción de las desigualdades:** Metas **10.3** Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas

adecuadas a ese respecto y meta **10.4** Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social, y lograr progresivamente una mayor igualdad. (ONU, 2015).

A través del fortalecimiento de los emprendimientos de las mujeres, en pro de su sostenimiento, con la búsqueda de las herramientas fuertes, definidas, de alto impacto, que genere un verdadero cambio se logra apuntar a la meta 10.3 y 10.4 del objetivo del desarrollo, buscando un equilibrio e igualdad de oportunidades, no solo entre hombres y mujeres sino entre grandes empresas y pequeñas empresas, entre población con grandes oportunidades financieras y aquellas que no lo tienen.

6. Objetivo general y específicos

a. Objetivo General

Proponer desde una estrategia de redes y alianzas, la generación de lineamientos para prevenir el fracaso de microemprendimientos y actividades productivas de las mujeres participantes en el colectivo “emprendedoras con amor” en la localidad de Usaquén-Bogotá D.C.- Colombia, a través de un clúster social.

b. Objetivos Específicos

- Establecer un diagnóstico general del comportamiento de microemprendimientos y actividades productivas a nivel internacional, nacional y local, a fin de identificar las posibles causas del fracaso de los emprendimientos.
- Identificar las causas del fracaso de microemprendimientos en Bogotá, específicamente en el colectivo Emprendedoras con amor de la localidad de Usaquén, a fin de contar con información clave que sirva para la propuesta de redes y alianzas configurada como clúster social.
- Proponer una estrategia de redes y alianzas que dé lineamientos para configurar un clúster social, que promueva el fortalecimiento de los emprendimientos de las mujeres “emprendedoras con amor” en la localidad de Usaquén-Bogotá D.C.- Colombia a fin de prevenir el fracaso de sus microemprendimientos y actividades productivas.

7. Diseño Metodológico

a. Tipo de investigación

La presente investigación será de tipo descriptiva; el estudio descriptivo según Sampieri (2014), hace relación a la investigación que busca especificar las características de las comunidades, grupos, personas entre otros, donde se pretende medir o recolectar información a través de diversas variables que permitan determinar y describir las posibles dimensiones del fracaso de microemprendimientos o actividades productivas en la etapa base liderados por las mujeres, por lo tanto dado que la investigación se basa en el estudio sobre la realidad de las mujeres del colectivo “emprendedoras con amor” a través de la investigación descriptiva se dará a conocer al lector a través de la descripción documental y de información primaria recolectada en el proyecto.

b. Enfoque de Investigación

El enfoque de la investigación será mixto ya que según Sampieri (2008), este método implica la recolección de información de los datos a nivel cualitativo y cuantitativo, lo cual permite integración de la problemática a fin de lograr un entendimiento de la presente investigación; el enfoque de la investigación como se mencionó anteriormente, se ha centrado en realizar una encuesta a las integrantes del colectivo “emprendedoras con amor”, a través de preguntas cuantitativas y una entrevistas semiestructuradas a diferentes actores potenciales de la red y alianza con preguntas cualitativas y cuantitativas es decir mixta, con el fin de conocer la actual situación económica, social e incluso familiar y de entorno, frente a la continuidad del emprendimiento, lo que permitirá definir la herramienta de redes y alianzas definido como clúster social para el sostenimiento a largo plazo de los emprendimientos liderados y direccionados por mujeres.

c. Método de acercarse al objeto de estudio

Partiendo de la recolección de información a través de instrumentos con enfoque cuantitativo y cualitativo; el método de la presente investigación será inductivo, pues según Rodolfo Rivas (2008), este método inductivo consiste en la generalización de una problemática a partir de casos particulares, desde de lo observado en situaciones,

costumbres, prácticas y hechos de la problemática particular; éste tipo de método según Rivas tiene la ventaja de impulsar al investigador y ponerlo en contacto con el sujeto investigado; para el caso particular partiremos de lo observado, en las mujeres pertenecientes al colectivo “emprendedoras con amor”, sus particularidades, sus necesidades y diversas vivencias.

d. Diseño

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, el diseño en el que se encuentra la investigación será de tipo de integración, entendiéndose ésta como la combinación de lo cualitativo y cuantitativo desde el inicio de la investigación hasta finalizar la misma, en donde se puede generar nuevas variables para futuras exploraciones; ya que la investigación a pesar de que al final mostrará unos resultados, puede elaborar informe parciales, que a partir de una prueba piloto, se podría derivar en una nueva teoría mundial llamada “clúster social” por ejemplo para la superación de la pobreza en todas sus dimensiones.

i) Praxeología

En lo que respecta a la praxeología de la investigación, es decir a la praxis o descripción de las acciones, es de pragmatismo hacer para ver qué sucede, por ello se implementó encuestas a las integrantes del colectivo “emprendedoras con amor” y entrevistas semiestructuradas a las instituciones o entidades que se reconocieron como posibles aliados, con el fin de poder identificar conocimientos adquiridos, experticias, dedicación en similares o iguales actividades productivas de mujeres en la localidad de Usaquén. Esto con el objetivo de ampliar el número de miembros de los posibles clústeres que con posterioridad a esta investigación pudiesen conformarse.

En el colectivo Emprendedoras y en muestras representativas de la población de mujeres vulnerables con características de emprendedoras localizadas en la localidad de Usaquén-Bogotá, se aplicará praxeología como un proceso teórico -práctico con el fin de **ver** que saben hacer, que les gusta hacer, a que les gustaría dedicarse, que más le gustaría

aprender respecto a los emprendimientos que realizan o podrían realizar , que sucede al trabajar desde sus casas, como les afecta esto, cómo perciben la aglomeración versus, la sociedad o el cooperativismo, viven mejor en el individualismo productivo o en la cooperación colectiva pero con el aporte individual para la obtención de resultados grupales, observar la preferencia de ser sus propios jefes pero trabajar para una cadena productiva o la dependencia a maquilas; y de allí identificar la problemática sobre las posibles causas del fracaso de los emprendimientos.

Se observará a las mujeres emprendedora vulnerables que se dedican a su actividad productiva como medio de subsistencia personal y familiar como un propósito, para verificar y **juzgar que se puede hacer**, para prevenir el fracaso de los micro emprendimiento de las mujeres, que para este proyecto de investigación se enfoca en especial ante una propuesta innovadora, como lo es proponer replantear la teoría de la clústerización de la economía como una metodología netamente productiva pero sin o de poco alcance social -productivo . El símil de implementar un clúster social; será construir un aeropuerto entre todas al alcance de todos con extraordinarias ofertas para después competir por los clientes dentro de ese aeropuerto, pero colaborando en todos los servicios que se requieran y se demanden.

En concreto de la praxeología plantea un **actuar** es decir que **vamos hacer**; según Ludwig Von Mises padres de la praxeología, las personas ejecutan acciones conscientes para alcanzar objetivos seleccionados, la conducta humana tiene un propósito; por lo tanto desde el proyecto de investigación, se tratará de demostrar mediante propuesta de un clúster social , con una gobernanza administrativa, integrados por un clúster manager, grupos de interés como universidades, institutos de investigación, de apoyo económico, entidades estatales locales, distritales y nacionales, que mediante cooperación competitiva para la oferta y demanda de actividades productivas similares o relacionadas en cadena

productiva será una forma concreta de sacar de la pobreza a las integrantes de ese clúster social.

Lo que se plantea es una devolución creativa praxeológica o sea que se va a aprender de lo que se va a hacer; es una investigación con alto grado de innovación en su propuesta a la solución del problema , como lo es la implementación de un clúster social, el desarrollo posterior pretende demostrar la viabilidad de una sostenibilidad social y económica para sus integrantes en este caso mujeres vulnerables pero emprendedoras, se aprenderá de algo que se implementara como prueba piloto, lo cual incluso podría ser considerado como una nueva teoría económica social o modelo social productivo digno de replicarse no solamente a nivel Colombia sino también a nivel internacional .

8. Revisión documental, conceptual y normativa

a. Los niveles de análisis de las investigaciones seleccionadas:

i) Local.

La CCB a través de las Direcciones de Gestión del Conocimiento y de Fortalecimiento Empresarial, en conjunto con la CMMC, la Secretaría Distrital de la Mujer e instituciones líderes en servicios de apoyo empresarial en Bogotá, crearon el observatorio de mujer emprendedora celebrado en el año 2017, un proyecto que tiene como principales objetivos:

1. Identificar y analizar las características y condiciones de emprendimientos de mujeres de la ciudad.
2. Plantear proyectos y programas que apoyen el desarrollo empresarial de las mujeres emprendedoras.
3. Identificar y analizar los principales aspectos a nivel social y económico de las mujeres que toman la decisión de emprender

Los resultados de la Vicepresidencia de Fortalecimiento Empresarial del año 2016, evidencian que la principal necesidad de las empresarias mujeres es definir la estrategia empresarial (40,6%), su segunda necesidad es alcanzar la madurez del negocio (16,2%) y la tercera definir la estrategia de mercadeo y ventas (16%), éstas cifras quieren decir que efectivamente es necesario diseñar estrategias y alianzas que ayuden a la mujer empresaria u organizarse, a tener trabajo en equipo con instituciones públicas y privadas, unir fuerzas entre las mismas mujeres, buscar espacios de capacitación, herramientas, entre otros que les ayuden a generar estrategias empresariales para sostener sus negocios, además de ellos que los mismos alcance una madurez y no fracasen en temprana etapa.

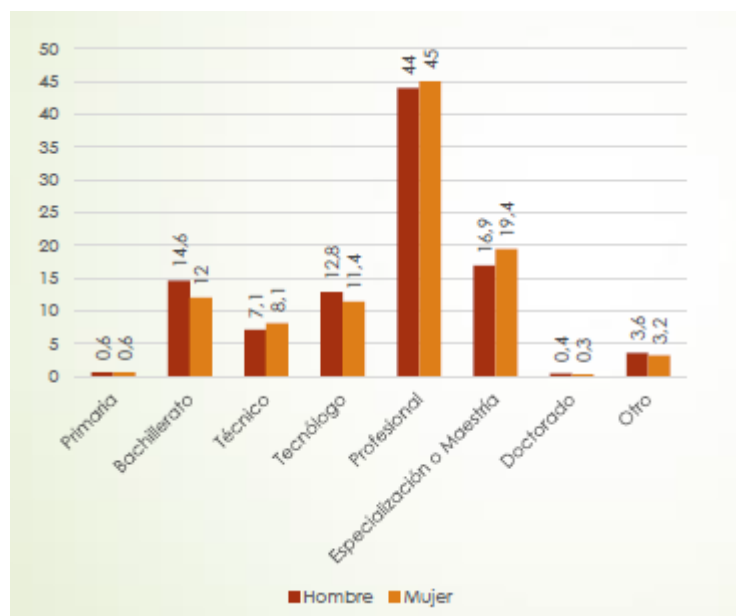
Por otra parte, se considera importante verificar el tipo de actividades con las que inician las mujeres empresarias, por lo cual la CCB muestra que estas actividades son: “en servicios (43.1%), industrias creativas y culturales (11.5%), textil y confección (9.2%) y turismo (5.5%); en 3 de estos 4 sectores la participación de la mujer es superior a la de los hombres; una vez más esta estadística muestra el incremento de la participación de la mujer como emprendedora. La mayoría de las mujeres emprendedoras (64.4%) tienen nivel educativo profesional lo cual motiva su capacidad y determinación para emprender; esta característica motiva el fortalecimiento de las competencias en las mujeres en pro de la sostenibilidad de sus emprendimientos. (CMMC, 2017). Las anteriores cifras concuerdan con las actividades que desarrollan las mujeres emprendedoras del colectivo “empreendedoras con amor”, por otro lado, estas cifras sirven para identificar las necesidades, intereses, actividades similares, con el fin de lograr aglomerar grupos de interés por estas categorías y lograr que la herramienta sea mayormente efectiva.

Dentro de la investigación, se contó con información relevante de los resultados del observatorio de la mujer emprendedora bogotana, el cual da una mirada a la realidad de las emprendedoras, una de ellas es a nivel educativo, en donde muestra que las mujeres empresarias se caracterizan por tener un nivel educativo mayor que los hombres como se

observa en la figura No 3; el 45% de las mujeres son profesionales, el 19.4% cuentan con especialización y maestría; lo que puede aportar en la generación de alianzas entre las mismas mujeres a fin de coadyuvar a aquellas mujeres que no han logrado alcanzar un nivel educativo mayor y se ven limitadas para el crecimiento de su visión como empresarias.

Figura 3

Nivel educativo de empresarios - emprendedores



Nota. El gráfico muestra el nivel educativo de hombres y mujeres empresarios, en donde se destaca que son las mujeres con mayor nivel educativo profesional, es especialización y maestría. Tomado de la Vicepresidencia de fortalecimiento empresarial. (CCB, 2016)

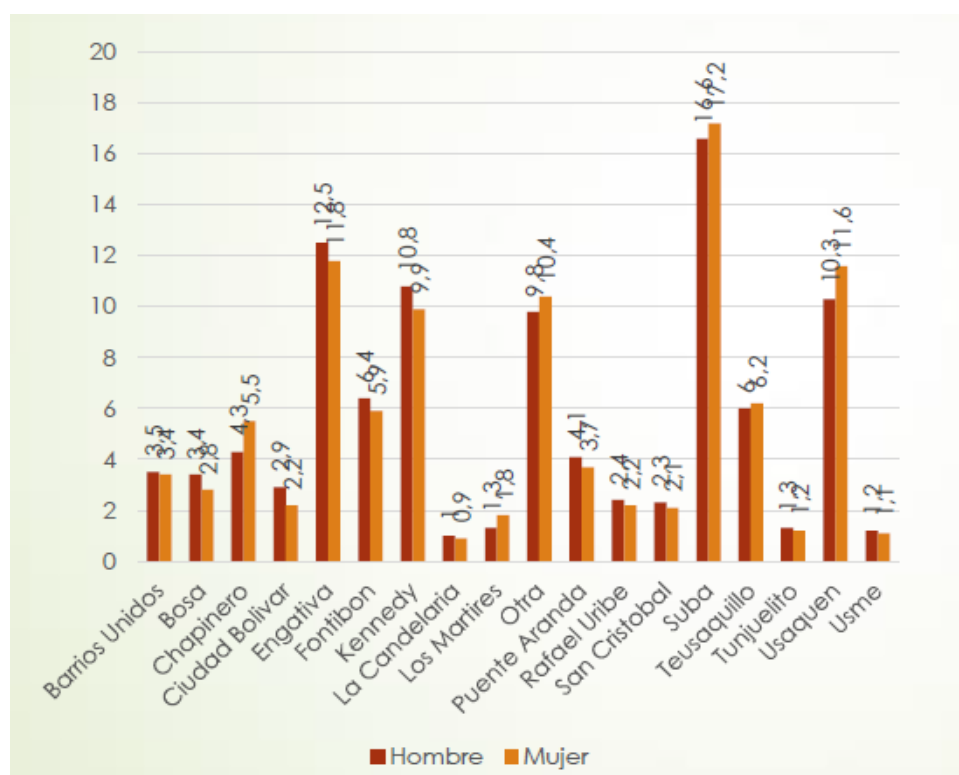
Otro aspecto relevante en los resultados del observatorio de la mujer emprendedora bogotana, se encamina a que son las mujeres quienes lideran el emprendimiento; estos resultados se muestran en varias localidades de Bogotá como se refleja en la figura 4. Los resultados reflejan que “La mitad (50,5%) de las mujeres emprendedoras se encuentran en cuatro localidades: Suba (17,2%), Engativá (11,8%), Usaquén (11,6%) y Kennedy (9,9).” (Observatorio de la mujer emprendedora bogotana, 2017). Lo que conlleva a un punto relevante en la investigación dado que las mujeres en donde se ha identificado la

problemática están ubicadas en la localidad de Usaquén y el contar con mujeres líderes dentro de la localidad se considera de aporte para el fortalecimiento de la estrategia de redes y alianzas que se defina para mitigar los fracasos de los emprendimientos, pues donde existe un liderazgo sólido y positivo se logra direccionar y motivar a los demás al cumplimiento de las metas que cada emprendedora desee.

Como se mencionó anteriormente, la figura que se muestra a continuación se observa que en la localidad de Usaquén donde se centra esta investigación el 11,6% son líderes en comparación al 10,3% de los hombres líderes en emprendimiento.

Figura 4

Emprendimiento según sexo por Localidades en Bogotá

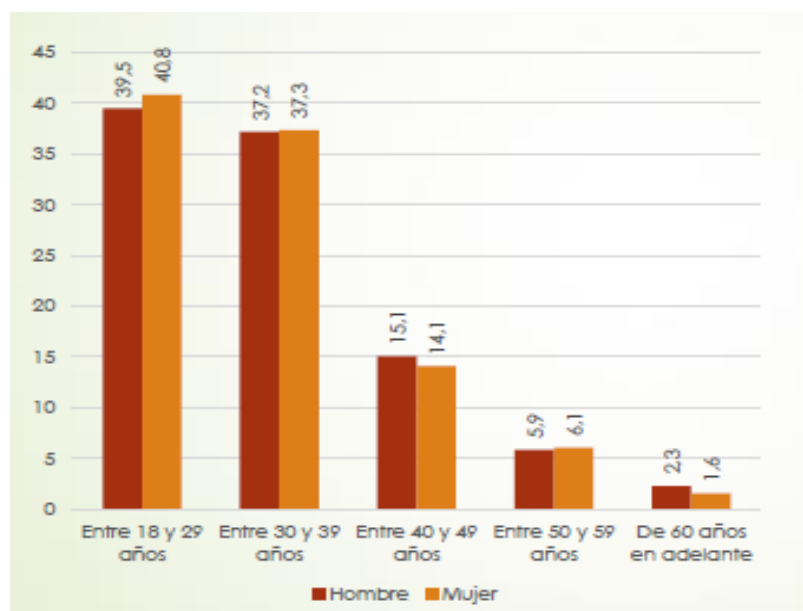


Nota. El gráfico evidencia las localidades de Bogotá con el respectivo porcentaje de hombres y mujeres emprendedores. Tomado de la Vicepresidencia de fortalecimiento empresarial. (CCB, 2016)

La investigación pretende que la estrategia de redes y alianzas sea aplicada a la mujer emprendedora sin discriminar su edad, sino por el contrario éstas sean de aporte y ayuda para todas, que sea de fácil acceso; en busca de ello los datos reflejan que según los resultados expuestos en el observatorio de la mujer emprendedora, el 78% de la mujeres emprendedoras tienen menos de 40 años; el 40.8% están entre los 18 y 24 años y el 37.3% se encuentra entre los 30 y 39 años; “33.6 años, es el promedio de edad del emprendimiento femenino, lo que indica que el emprendimiento en Bogotá es una elección de vida entre las mujeres jóvenes con preparación y nivel educativo” (Observatorio de la mujer emprendedora Bogotana, 2017). Lo que indica que es importante contar con una estrategia de redes y alianzas de acceso a todo rango de edad, pensando ésta de entendimiento, accesibilidad, recursos, espacio de participación, entre otros.

Figura 5

Rango de edades de emprendedores por sexo



Nota. El gráfico muestra el rango de edad de hombres y mujeres emprendedores desde los 18 años en adelante, realizando un comparativo por sexo en cada rango. Tomado de la Vicepresidencia de fortalecimiento empresarial. (CCB, 2016)

Como se ha descrito en diversos apartados del documento, la importancia de proponer una estrategia de redes y alianzas que dé respuesta a las mujeres emprendedoras y que en donde sus iniciativas y emprendimientos sean sostenibles en el tiempo, resulta importante resaltar que existe una estrategia que ha sido implementada de manera efectiva en hombres y mujeres emprendedoras ya constituidos y madurados, ésta iniciativa es conocida como Clústeres; específicamente en la ciudad de Bogotá se pueden identificar que los emprendimientos algunas de las ventajas expuestas por la CCB para participar en las iniciativas de Clúster son:

- “Encontrar soluciones a problemas comunes a través de la inteligencia colectiva.
- Crear y desarrollar proyectos conjuntos con actores públicos y privados.
- Profundizar el conocimiento del negocio.
- Fortalecer el trabajo colaborativo.
- Desarrollar programas que mejoren la competitividad de las empresas.
- Participar en espacios de networking, talleres y ruedas de negocios.
- Alinear la oferta educativa con las necesidades empresariales.
- Articular oferta y demanda.
- Impulsar el desarrollo de iniciativas de Valor Compartido.
- Incidir en el desarrollo de política pública para el mejoramiento del entorno de los negocios”. (CCB, s.f.)

Lo anterior conlleva a que las ventajas expuestas por la CCB motiven la propuesta de una estrategia de redes y alianzas como respuesta a las mujeres que emprenden, pues si bien existen clústeres como estrategia para los emprendedores, se evidencia una carencia respecto a que éstos no son de acceso para aquellas personas que no cuentan con recursos económicos, redes de alianza, herramientas, entre otros que les permitan continuar con la iniciativa de emprendimientos y logren alcanzar la madurez de los mismos, es por ello que esta investigación apunta a la creación de clústeres sociales, con el fin de mitigar la problemática sobre el fracaso de las microempresarias en temprana edad.

Téngase en cuenta que El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de Bogotá, en 2013 y 2014 presentó una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) del 24,05%, mientras que el promedio del país se ubicaba en 23,71%, asimismo, identificó que la población de la ciudad que se encontraba entre 18 y 64 años, la cual se relacionaba con actividades empresariales, ascendía a 1.156.146 personas (Universidad de los Andes y CCB, 2014).

Dicho esto, se resalta la importancia por parte del sector público y las instituciones educativas a voltear la mirada hacia estos sectores y promover tales actividades.

Añadido a lo anterior, se reconoce que la ciudad ha sido una de las grandes beneficiadas de las políticas de atracción de inversión extranjera y el mejoramiento de la reputación del país en temas de seguridad ciudadana, todo sumado al respaldo y Dando prueba de esto se identifican en la ciudad de Bogotá varios programas de emprendimiento como son:

- *Bogotá Emprende*: Se define como centro especializado en promover la competitividad de las empresas y fomentar la cultura del emprendimiento, con la ayuda de servicios que se ofrecen y la metodología de “aprender haciendo”, con la cual emprendedores y empresarios encuentran respuestas concretas y soluciones reales a sus necesidades. (INNPULSA Colombia, 2016)
- *Connect Bogotá*: Iniciativa liderada por la SDDE y la CCB, la cual busca posicionar a Bogotá como ciudad región. Es el resultado de la alianza Universidad-Empresa-Estado, que se constituye en una corporación sin ánimo de lucro y emula modelos de innovación como el San Diego Connect. Dentro de las actividades que desarrolla, dinamiza la plataforma regional articulando la oferta institucional con los principales actores privados del entorno. (INNPULSA Colombia, 2016).
- *Invest in Bogotá*: Es la agencia de promoción de inversión de la ciudad, resultado de una iniciativa de la CCB y el distrito capital. Tiene como misión apoyar a los inversionistas que están buscando oportunidades en la ciudad, para lo cual cuentan con una serie de servicios según la etapa del proceso de inversión. (INNPULSA Colombia, 2016)

Por otra parte, Bogotá cuenta con algunas Instituciones de apoyo académico, las cuales ejercen su papel mediante unidades o centros de emprendimiento que están ligadas a las facultades relacionadas con el tema en consideración. El nivel de complejidad, la capacidad y oferta de servicios se encuentra ligado al enfoque pedagógico, así como a los recursos con los que cuentan, de manera que se encuentran instituciones que se dedican exclusivamente a actividades de formación –cátedras de emprendimiento–, hasta instituciones que han desarrollado todo un ecosistema de emprendimiento interno que transversaliza el ejercicio misional que llevan a cabo. (INNPULSA Colombia, 2016)

Este sector educativo en la ciudad se ha caracterizado por abrir espacios de discusión para la construcción conjunta de visión de desarrollo, ser articuladoras de iniciativas entre el Estado y la empresa privada, e igualmente ejercer un papel significativo de reflexión en torno a la evaluación e impacto del ecosistema de emprendimiento en la ciudad. Las instituciones más reconocidas en el tema son: (INNPULSA Colombia, 2016)

- Universidad de los Andes, Universidad EAN y Universidad Nacional de Colombia

Por otro lado, existen Instituciones de apoyo financiero como son: (INNPULSA Colombia, 2016)

- Red de Ángeles Inversionistas Bavaria, Corporación Ventures y Fundación Bolívar Davivienda.

Habiendo identificado bajo la revisión un ecosistema general alrededor del mundo del emprendimiento en Bogotá, se pretende recordar por medio de conclusiones del ‘Observatorio de la Mujer Emprendedora Bogotana’ que el perfil de las mujeres que emprenden son: Las mujeres que lo hacen por necesidad como el único mecanismo de sobrevivencia, y las mujeres que comienzan un emprendimiento basado en oportunidades; dicho observatorio, encontró además las siguientes características del emprendimiento de las mujeres de Bogotá:

“□ Dinámico: de las 58.379 personas que se han vinculado a los servicios empresariales de la CCB, 27.123 son mujeres, de las cuales el 54% son emprendedoras.

□ Creciente: entre 2013 y 2016 creció de 804 a 6.835 el número de mujeres emprendedoras vinculadas a los servicios empresariales de la CCB y su participación pasó del 45 % en 2013 al 47 % en 2016.

□ Joven: la edad promedio de las mujeres emprendedoras es de 33.6 años lo que indica que emprender es una elección de vida entre las mujeres jóvenes con preparación y nivel educativo” (CMMC, 2017)

ii) Nacional.

Es importante para la presente investigación relacionar qué se ha hecho respecto al empoderamiento económico de las mujeres por eso se trae a colación que en Colombia se creó la política pública de equidad de género (PND, 2010-2014) la cual permitió el desarrollo del documento CONPES social 161-2013 no solamente para la prevención de la violencia en mujeres , sino también para la superación de brechas de género en especial las económicas que limiten entre otras cosas; la violencia económica, y el no disfrute de los derechos constitucionales de las mujeres en Colombia.

Bajo el principio de que el estado debe garantizar los derechos por igual en hombres y mujeres, el desarrollo económico mediante diferentes actividades productivas o emprendimientos realizados por mujeres debe ser también garantizado por ejemplo ; el derecho a la igualdad, al trabajo digno y otros pero con enfoque diferencial, acá es donde se debe tener en cuenta que es probable que exista feminización de la pobreza, por eso es que se plantea en la presente investigación una solución a esta problemática. El documento CONPES social 161 del 2013 menciona el eje temático; construcción de paz y transformación cultural haciendo énfasis en la autonomía económica y acceso a activos para que las mujeres logren entrar al mercado laboral y las actividades productivas.

Continuando con lo anterior según el documento CONPES, 161-2013. En Colombia las mujeres dedican más horas al trabajo, sus jornadas laborales son más largas que las de los hombres, pero ganan menos y además tienen una tasa más alta de desempleo que la de los hombres en parte por la gran informalidad en la que se ven obligadas al no tener la garantía para desarrollar actividades productivas formales.

La participación femenina en Colombia está centrada en las siguientes actividades productivas: servicios comunales y sociales, intermediación financiera, comercio, hoteles y restaurantes, actividades inmobiliarias, industria manufacturera, suministro de electricidad, gas y agua, transporte, almacenamiento, explotación de minas y canteras, agricultura, pesca, ganadería, caza, y construcción.

Para fomentar el empoderamiento económico de la mujeres el conpes, 161 del 2013 plantea acciones como; que las mujeres tengan igualdad de oportunidades para acceder al mercado laboral pero con enfoque de género, que la conciliación de la vida familiar y la vida laboral sean adoptadas, que el acceso a servicios, recursos financieros y la propiedad de activos para mujeres sean fomentados, y da un especial énfasis en las mujeres rurales para que incrementen sus actividades productivas en la tierra, tengan vivienda, financiación de la producción, asistencia técnica y capacitación.

Como esta investigación plantea dar una solución a la falta del empoderamiento económico de la mujeres en Colombia y mitigar el fracaso de los mismos, mediante una herramienta o metodología de redes, alianzas o clústeres, es pertinente entonces recordar que existe en Colombia una institucionalidad alrededor de la metodología clúster en cabeza del ministerio de industria comercio y turismo, con el consejo privado de competitividad, las comisiones regionales de competitividad, la organización Innpulsa Colombia y Banco Bancoldex, los cuales periódicamente ofrecen apoyo a los clúster o iniciativas clústeres con recursos no reembolsables.

Todas las cámaras de comercio departamentales en Colombia tienen una comisión regional de competitividad, las cuales, bajo el liderazgo de un director nombrado y remunerado por las cámaras de comercio, organiza los comités de universidad, empresa, estado, llamados CUEE., Estos convocan regularmente a la academia, como universidades, institutos de investigación y otros, a las empresas, e industrias y a los gobiernos locales o entidades estatales.

La red clúster Colombia, articula todos los clústeres de Colombia, en casi todos los departamentos de Colombia existen clústeres por ejemplo: Clúster de Arcillas Competitivas en Norte de Santander, Clúster de Café plus en Nariño, Clúster de Cacao en Antioquia y Santander, Clúster de Confección y Moda de Río Sucio, Clúster de Belleza en el Cauca, Clúster de Industrias Creativas del Eje Cafetero, Clúster de Turismo de Manizales, Clúster de Lácteos del Atlántico, Clúster Snack Pan de Arroz del Meta, Clúster de Cosméticos de Bogotá, Clúster de Prendas de Vestir de Bogotá, Clúster de Música de Bogotá, Clúster Textil y Confección del Tolima, Clúster de Sistema de Moda del Valle del Cauca, y muchos más.

iii) Internacional.

La Revista venezolana Espacios, por medio de una investigación obtuvo 50 artículos científicos que daban cuenta de la existencia de emprendimientos en zonas rurales principalmente en los países como Ghana, Sudáfrica, Chile, México y Ecuador. Dicha investigación, concluye que el emprendimiento social va de la mano con el desarrollo y la gestión comunitaria. Asegura también que, aunque las mujeres son consideradas un grupo vulnerable y limitado, su participación como emprendedoras va en aumento.

En México basados en la publicación “El mundo de las finanzas ha sido muy masculino”: cómo una asociación civil busca eliminar la brecha de género en el manejo de capital privado; se realizó un estudio que evidenció la gran diferencia entre hombres y mujeres en los fondos de inversión de México. (Mireles, 2020). Aunado a ello la Industria del Capital Privado mexicano –que actualmente asciende a unos 60 mil millones de dólares– ha quedado expuesto a un factor que genera una seria preocupación: la evidente falta de

equidad de género entre sus actores principales.” (Mireles, 2020). Lo descrito anteriormente reafirma las brechas que en la actualidad continúa viviendo la mujer, reflejado en la violencia de género y el bajo acceso al apoyo económico del gobierno hacia ellas, lo que es una causa de la problemática del fracaso en temprana etapa de los emprendimientos. Un ejemplo de esto, es que nueve de cada diez personas que toman las decisiones respecto a temas de inversión son hombres; el 22% de los fondos de este tipo ni siquiera cuentan con la participación de mujeres en sus equipos de inversión.” (Mireles, 2020); esta afirmación conlleva a fortalecer la herramienta definida para el presente proyecto integrador donde a través de las redes y alianzas se dé una plataforma en donde la mujer sea partícipe de estos espacios y así se aporte a la inclusión de género y el apoyo a mujeres emprendedoras. Como lo reflejó el primer Estudio de Diversidad e Inclusión en Capital Privado en México (EDIC), edición 2020, llevado a cabo por la Asociación Mexicana de Capital Privado (AMEXCAP); con estos datos la asociación alerta sobre la prioridad que tiene resolver este tema en dicha industria, a fin de acelerar el paso para cerrar la brecha entre hombres y mujeres.” (Mireles, 2020)

La investigación acerca del modelo clúster definido entre otros por Vera Garnica & Ganga Contreras (2007) propone concentraciones geográficas de empresas interconectadas, suministradores especializados, proveedores de servicios, empresas de sectores afines e instituciones que compiten pero que también cooperan, para resolver muchas de las problemáticas causales encontradas a lo largo de esta investigación. Se considera así propicio para que las mujeres emprendedoras en especial en estado vulnerable, puedan mejorar sus ingresos y conocimiento prácticos.

Los Clúster a nivel mundial son coordinados por la organización no gubernamental conocida como TCI Network, esta posee un director mundial y tiene presencia en casi todos los países del mundo , realiza una conferencia global una vez al año en cualquier país seleccionado previamente, a esta conferencia asisten los miembros de todos los clústeres o

iniciativas clúster del mundo, con el fin de capacitarse en clusterización de la economía, Inter clúster o relacionamiento entre clústeres y otros, de igual manera existe un capítulo latinoamericano que también realiza cada año un congreso en un país latinoamericano escogido. En TCI Network se pueden inscribir vía web todos los clústeres a nivel mundial, también las entidades de apoyo tanto estatales como privadas, ejemplo cámaras de comercio. Por lo anterior la conformación de clústeres sociales podría encontrar un espacio universal de integración y divulgación no solamente a nivel nacional y latinoamericano sino también a nivel mundial que permitiría entre otras la comercialización de bienes y servicios para exportación así se hagan desde los barrios más vulnerables de una localidad, pueblo o ciudad determinada.

b. Perspectivas de la investigación

i) Evolución del problema en el tiempo.

Aunque la creación de empresas ha sido una columna en el desarrollo de la nación colombiana, es solo hasta el 2000 que el Estado comenzó a legislar sobre el emprendimiento mediante la Ley 590. Ley que promueve el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas bajo la mirada de su capacidad para la generación de empleo, el desarrollo regional y la integración de los diversos sectores económicos. (Zamora, 2018). De la misma manera, creó un entorno institucional adecuado conformado por el consejo superior de pequeña y mediana empresa, el consejo superior de microempresa y los consejos regionales.

Luego, nace un cambio de paradigma mediante la Ley 1232 de 17 de julio de 2008 se dictan disposiciones donde el Estado colombiano ordena a los entes estatales generar programas, proyectos, capacitación y la creación de redes regionales emprendedoras y productivas que vinculen a las mujeres cabeza de familia en actividades económicas sostenibles y rentables. Se establece que los entes de control para dicha norma será el Ministerio de la Protección Social quien fijará los parámetros que permitan la evaluación de estas acciones gubernamentales, a través de indicadores de gestión y resultados. La banca de oportunidades financiará, por su lado y de manera prioritaria, los incentivos para el sector

privado que apoye estas iniciativas. (Zamora, 2018). De la misma forma, establece incentivos especiales para el sector privado que cree, promocióne o desarrolle programas especiales de salud, educación, vivienda, seguridad social, crédito y empleo para las mujeres cabeza de familia.

Se percibe que, respecto a diversidad cultural, que muchas de las desigualdades que enfrentan las mujeres tienen que ver con la división sexual del trabajo, la asignación de funciones y estereotipos culturales, la separación del ámbito público y privado, las negociaciones que se dan al interior del hogar y la afectación particular que adquieren en las mujeres determinados problemas sociales y que requieren una atención diferenciada. Por último, en que la carga inequitativa de las mujeres dificulta la movilidad social y el desarrollo del conjunto del país. (Zamora, 2018)

ii) Elementos conceptuales y normativos para explicar el problema

Se entiende para fines de la presente investigación el concepto de redes como 'Red mixta inter-sistémica' (Rizo, s.f.). Se le califica de inter-sistémica porque hay distintos sistemas implicados (Público, privado, político, técnico, empresarial, cívico, asociativo...). Se trata del más alto grado de complejidad en lo que a redes sociales se refiere. Este tipo de redes se genera cuando se producen múltiples relaciones basadas en principios de reciprocidad y de cooperación entre redes institucionales, redes asociativas y redes informales en distintas escalas territoriales.

“Las redes son, antes que nada, formas de interacción social, espacios sociales de convivencia y conectividad. Se definen fundamentalmente por los intercambios dinámicos entre los sujetos que las forman. Las redes son sistemas abiertos y horizontales, y aglutinan a conjuntos de personas que se identifican con las mismas necesidades y problemáticas. Las redes, por tanto, se erigen como una forma de organización social que permite a un grupo de personas potenciar sus recursos y contribuir a la resolución de problemas. El atributo fundamental de una red es la

construcción de interacciones para la resolución de problemas y satisfacción de necesidades” (Rizo, s.f.)

La teoría clúster fue popularizada en los años 90 por el economista, profesor de la Universidad de Harvard Michael Porter en su libro “Ventaja competitiva de las naciones”, se resume como una herramienta o metodología que aglomera empresas o industrias las cuales comparten una misma o similar actividad productiva en una región determinada contando con el apoyo de entidades académicas y estatales. También se pueden encontrar más definiciones como; clúster es un grupo de cosas similares posicionadas o que ocurren de manera cercana entre sí (Diccionario compacto oxford); Entiéndase pues clúster cómo una concentración geográfica de industrias que obtienen ventajas en su desempeño a través de la geolocalización (Doeringer, 1995).

Marcos Llinas experto en competitividad y desarrollo productivo menciona en su libro “Iniciativas Clúster”; una organización o gobernanza a que toda iniciativa clúster funcione eficientemente y se sostenga en el tiempo.

Adoptando la teoría clúster formulada por el profesor de economía de la Universidad de Harvard en Estados Unidos de América; Michael Porter, a una teoría social, se podría decir que un clúster social no es una sociedad o cooperativa cada persona en este caso cada mujer, debe verse como una empresa unitaria y procurará laborar en su propia casa o lugar seleccionado por ella, la actividad productiva que realiza o realizará dentro del clúster social, buscando formalizarse para ello, si aún no lo ha hecho.

Asimismo, se entiende que un clúster identifica un negocio y su cadena productiva, incluyendo desde proveedores hasta potenciales clientes finales; y los une sin necesidad de que se conforme una sociedad nueva o nueva empresa. En un clúster pueden aglomerarse o integrarse empresas anclas, grandes, pequeñas, mediana e incluso unipersonales

dedicadas a similar o igual actividad productiva. Valga aclarar que el fin último de un clúster es generar riqueza a los que lo integran y a la región en donde se ubican.

En Colombia los clústeres cuentan con apoyo institucional en las comisiones regionales de competitividad las cuales funcionan bajo el liderazgo y apoyo de las cámaras de comercio (Artículo 33 de la ley 1450 del 2011), también de la Organización No Gubernamental Red Clúster Colombia. Podemos mencionar algunos ejemplos de clústeres a nivel mundial como: Clúster de Agricultura en España, el Clúster de Manufactura de Madera en Canadá y otro conocido y exitoso ejemplo como lo es Silicón Valley ubicado en California Estados Unidos.

En Colombia los más exitosos son los clústeres de Medellín; Moda y Fabricación Avanzada, Energía Sostenible, Hábitat Sostenible, Turismo de Negocios, Medellín HealthCity, Negocios Digitales y el Clúster de Café de Antioquia

En Bogotá los clústeres de; Gastronomía, Música, Construcción, Turismo de Negocios y Eventos, Prendas de Vestir, Cuero- Calzado- Marroquinería, Joyería- Bisutería, Software y TI, Comunicación Gráfica, Industrias Creativas y Contenidos, Cosméticos, Salud, Lácteo de Bogotá y región, Farmacéutico Bogotá-región, Energía Eléctrica, Servicios Financieros y Transporte .

Un modelo de clúster social en especial de mujeres podría obtener resultados como; sacar de la vulnerabilidad o pobreza a sus integrantes, bancarizar a la población más pobre, lograr desarrollo social-productivo en la región en donde se haga, apoyo permanente de los gobiernos locales y de la academia, desarrollo innovador de productos y servicios sostenibles y ambientalmente responsables.

Un Clúster Social es muy diferente a un Clúster netamente productivo; partiendo del concepto definido por Marcos Llinas, 2020, de su libro "Iniciativas Clúster" para el presente

proyecto integrador se elaboró el concepto de Clúster Social, por tanto se realizó un cuadro comparativo, el cual se relaciona a continuación:

Tabla 1

Comparativo Clúster Social - Clúster Productivo

Clúster Social	Clúster Productivo
Aglomera personas en condición de vulnerabilidad o que no cuentan con recursos ni apoyo de entidades estatales, financieras y académicas para desarrollar actividades productivas similares con la participación de dichas entidades en una región determinada.	Aglomera empresas e industrias ya constituidas dedicadas a similar o igual actividad productiva con entidades estatales, académicas y financieras, las cuales se encuentran en una región determinada.
No es necesario que estén desarrollando la actividad productiva, puede ser desde cero, basta que tengan la experticia, conozcan o estén capacitados.	Es necesario que la actividad productiva sea un nicho en una región determinada, es decir se esté desarrollando
Lo conforma un comité social directivo (estado-privado)	Lo conforma un comité ejecutivo o directivo
Lo dirige un Gerente Social o Clúster Social Manager	Lo dirige un Clúster Manager
Lo pueden integrar personas como empresas unipersonales	Regularmente lo integran micro, medianas y grandes empresas o industrias anclas.
No es necesaria la formalización por lo menos para constituirse.	Es necesario que todos los integrantes estén formalizados.
Los integrantes pueden trabajar desde sus casas u hogar.	Los integrantes en su mayoría son empresas con espacios físicos definidos.

Nota. La tabla es una elaboración propia de proyecto integrador, en donde se resaltan las principales diferencias entre el Clúster Social y Clúster Productivo. (Elaboración propia)

Por otra parte, el emprendedor se entiende como “una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva” y al emprendimiento como “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza” (Ley 1014, 2006).

De acuerdo a que el proyecto integrador se propone como propuesta los clústeres para mitigar el fracaso de los emprendimientos en temprana etapa de desarrollo se enfatizan los siguientes aspectos normativos:

Los clústeres y sus iniciativas clústeres están institucionalizados en Colombia mediante el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (SNCI), creado mediante ley 1955 del 2019, definido como conjunto de leyes, políticas, estrategias, metodologías, técnicas y mecanismos para promover la competitividad e innovación. Esta estructura es liderada por el Presidente de la República, una comisión nacional y otra departamental, en esta última funcionan las Comisiones Regionales de Competitividad creadas mediante ley 1450 del 2011 artículo 3 , estas comisiones tienen como objetivo principal coordinar y articular a nivel departamental y subregional actividades que fortalezcan la competitividad e innovación , dentro de esto está; conformar , liderar e impulsar los Comités de Universidad , Empresa, Estado (CUESS) ; espacios para integrar a los empresarios de las regiones, con la academia y el gobierno, de igual manera promover la clusterización de la economía mediante el apoyo institucional a las iniciativas clústeres que se conformen en las regiones.

Las Comisiones Regionales de Competitividad funcionan en las cámaras de comercio por eso algunas han organizado la institucionalidad de los clústeres como por ejemplo la CCB la cual definió cuatro (4) grupos los cuales se describen a continuación:

- Un (1) Consejo Ampliado Definido como un espacio abierto que se realiza cada dos años, donde participan todos los actores para la socialización de la estrategia y avances de la Iniciativa de Clúster.
- (1) Comité Ejecutivo: Es el órgano conformado por los sectores de: empresa, academia y Gobierno, quienes direccionan las acciones de los Clúster y asesoran el desarrollo de sus proyectos.
- Mesas de trabajo: Tienen el fin de agrupar a los actores para el análisis y la ejecución de proyectos; en dichas mesas de trabajo se estudian temas como “productividad, mercadeo y comercialización, relacionamiento institucional, talento humano, investigación,

desarrollo tecnológico e innovación, normatividad, entre otros” (Cámara Comercio Bogotá, s.f.). Como resultado de estas mesas se generan proyectos para el desarrollo de redes.

- Secretaría Técnica. “Acompaña y articula los esfuerzos de los actores de la Iniciativa de Clúster para el desarrollo de los proyectos y actividades. (Cámara Comercio Bogotá, s.f.)
- Según la CCB, en Bogotá actualmente existen diecisiete (17) iniciativas de Clúster como son: a) Turismo de negocios y eventos, b) Software y TI, c) Industrias creativas y contenidos, d) prendas de vestir, e) joyería y bisutería, f) cuero, calzado y marroquinería, g) Cosméticos, h) Comunicación gráfica, i) salud, j) eléctrica, k) gastronomía, l) música, m) lácteos, n) farmacéutico, o) servicios financieros, p) construcción y q) logística y transporte.

Por otra parte, de acuerdo a los emprendimientos como uno de los elementos principales en el proyecto integrador se encuentran las siguientes leyes:

La Ley 2069 de 31 de diciembre de 2020, por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia y cuyo objeto es “establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Dicho marco busca delinear un enfoque regionalizado de acuerdo a las realidades socioeconómicas de cada región.

La ley 1014 de 2006, reglamentada parcialmente por el Decreto 1192 de 2009 y por el Decreto 4463 de 2006, pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes servicios dirigidos a formar competencias empresariales; en dicha ley se define el emprendedor como “una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva” y al emprendimiento como “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza”.

Como el proyecto integrador se enfoca en la mujer, se resaltan las siguientes normas: Ley 1257 de 2008 “Garantizar el Derecho de las mujeres a vivir una vida libre sin

Violencia”. “Por la cual se dictan normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres”; la Ley 823 de 2003, tiene por objeto “establecer el marco institucional y orientar las políticas y acciones por parte del Gobierno para garantizar la equidad y la igualdad de oportunidades de las mujeres, en los ámbitos público y privado”; y la Ley 1413 de 2010, Por medio de la cual se regula la inclusión de la economía del cuidado en el sistema de cuentas nacionales con el objeto de medir la contribución de la mujer al desarrollo económico y social del país y como herramienta fundamental para la definición e implementación de políticas públicas.

iii) Ideas, proyectos, estrategias, sugerencias y recomendaciones dadas en torno al problema

LATINOAMÉRICA: Una de las iniciativas de Clúster en Latinoamérica es liderada por la CCB, en donde se articulan universidades, institutos educativos, empresarios, Gobierno, entre otros para el desarrollo de acciones y proyectos que mejoren la productividad y el entorno de algunos sectores productivos.

Uno de los fines de los Clústeres es que los empresarios accedan a “programas especializados, diseñados a la medida de sus necesidades, que buscan mejorar sus procesos, aumentar sus ventas, incorporar nuevas tecnologías, e internacionalizarse, entre otros servicios, para ser más competitivos” (CCB, s.f.)

Los actores de las empresas desarrollan diversas actividades para:

- “Alinear la oferta educativa y la investigación a sus necesidades.
- Poner en marcha modelos de logística colaborativa que permitan disminuir costos.
- Plantear ajustes normativos para mejorar su competitividad.
- Atraer inversión extranjera.
- Visibilizar la oferta de valor de estos Clústeres a través de plataformas comerciales

que posicionan a la ciudad como referente internacional”. (CCB, s.f.)

COLOMBIA: En febrero de este año, Innpulsa anunció el Fondo Mujer Emprende con un capital de \$20.000 millones de pesos para ayudar el emprendimiento femenino, especialmente a las más afectadas en la pandemia de todos los sectores. Como esta, otra

serie de ayudas académicas y financieras se han creado para impulsarlos y asegurarse su supervivencia.” (Arias, 2021)

BOGOTÁ: Como ya se mencionó Bogotá ha sido líder en la implementación de clústeres con el liderazgo de la CCB la cual ha desarrollado 17 iniciativas clúster, la idea es que los clústeres sociales que se conformen en Bogotá puedan hacer alianzas inter clúster con los clústeres productivos conformados.

9. Método y técnicas de recolección de información

a. Población objeto del estudio

El proyecto integrador se llevará a cabo con la población que pertenece al Colectivo “Emprendedoras con amor”; un colectivo no constituido formalmente, compuesto por cuarenta mujeres la gran mayoría de las integrantes se encuentran entre los 38 y 57 años. El 67 % viven en estrato 3, el 30% en estratos 1 y 2 y solo una de ellas vive en estrato 4.

Las actividades productivas similares, parecidas o más concurrentes son: textiles, accesorios y demás actividades conexas a las anteriores como la fabricación de alimentos y producción de eventos para las ferias sociales y de comercialización. El 50% de ellas llevan entre 2 y 15 años dedicados y viviendo 100% de la actividad productiva, las utilidades económicas mensuales no sobrepasan en la mayoría se los casos de un salario mínimo (Palabras de la Líder).

b. Descripción de los instrumentos de recolección de información utilizados en el trabajo de campo

Con objeto de confirmar las premisas que se plasman durante la etapa de levantamiento de información del presente trabajo se hace una encuesta a todas las mujeres pertenecientes del colectivo ‘Emprendedoras con amor’, en este espacio se hacen preguntas acerca de su situación económica, de sus niveles educativos y de la situación actual de sus emprendimientos. Asimismo, se hace un breve taller explicativo para poner en contexto a las mujeres acerca de lo que es un clúster y cómo la conformación de una figura de clúster social podría ser una solución innovadora para promover un paso hacia la sostenibilidad de cada una de sus actividades productivas por medio de un posible aumento

en ventas, contratos, apertura al mercado, educación para el emprendimiento, empoderamiento, patrocinios, subsidios, etc.

Por otro lado, se hace una entrevista con breves preguntas para conocer la voluntad de algunas entidades que podrían hacer parte de la conformación del clúster, dicho instrumento permite confirmar también, lo que vienen haciendo para mitigar el fracaso de microemprendimientos.

c. Instrumentos de recolección más importante para el proyecto

i) *Matriz de conceptualización de variables*

Dentro del proyecto integrador se elaboró la matriz de conceptualización de variables a fin de identificar los conceptos importantes para la elaboración del instrumento de recolección de información a implementar y la fuente a quien se aplicó el instrumento. En la siguiente tabla se muestra el resultado del mismo

Tabla 2

Matriz de Conceptualización

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Fuente	Recolección de Información
Emprendimientos: Acción de crear un negocio con el objetivo de generar ganancias	Planeación estratégica económica	Utilidad mensual del emprendimiento	¿Cuáles son los ingresos mensuales aproximados de su emprendimiento?	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaqué	Encuesta
		Nivel de dependencia económica exclusivamente del emprendimiento	¿Su economía personal depende solo de los ingresos del emprendimiento? ¿Considera que los ingresos mensuales del emprendimiento son suficientes para la sostenibilidad del negocio y de su independencia económica?	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaqué	Encuesta
	Educación financiera	Número de capacitaciones financieras para los emprendimientos	¿Ha recibido capacitaciones financieras?	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaqué	Encuesta

Empoderamiento Económico	Número de mujeres emprendedoras que ingresaron al Clúster Social	¿Sabe que es un clúster? ¿Sabe que es un clúster social?	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaquéen	Encuesta	
Crédito (Clientes)	Número de herramientas para manejo de créditos a clientes definidas en el clúster social	¿Conoce algunas herramientas contables para el manejo de créditos blandos a clientes?	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaquéen	Encuesta	
Violencia económica	Violencia económica y emprendimiento desarrollado	¿Ha sufrido de violencia económica? Entendida como que el jefe de hogar evita o restringe que usted administre sus propios recursos o los del hogar	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaquéen	Entrevista y Encuesta	
Endeudamiento	Número de créditos blandos accedidos	¿Conoce cómo acceder a créditos blandos? ¿Tiene la posibilidad de acceder a créditos blandos (créditos a bajo interés y largo plazo)?	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaquéen	Encuesta	
Redes y Alianzas: Intercambio positivo entre y con grupos de interés	Aglomeraciones estratégicas	Número de alianzas o eventos o redes que ha realizado la institución en la que labora el funcionario	¿Su entidad ha realizado algún tipo de alianza con otra institución pública o privada para brindar algún tipo de auxilio integral (educación, recursos, capacitación) a emprendedoras?	Funcionarios de entidades públicas	Entrevista
	Desarticulación de convenios públicos y privados para apoyar microemprendimientos	Nivel de acceso a instituciones públicas para acompañamiento de emprendimientos	¿Usted ha recibido algún tipo de acompañamiento por parte de alguna institución pública para el desarrollo de su emprendimiento?	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaquéen	Encuesta
	Acceso a educación	Cantidad de capacitaciones respecto a emprendimiento recibidas	¿Ha recibido capacitaciones por parte de cualquier institución para el desarrollo de su emprendimiento? ¿cuántos? (charlas, foros, cursos, diplomados)	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaquéen	Encuesta
Innovación: Cambiar para mejorar	Educación TIC	Número de capacitaciones en TIC(Tecnología , Información y Comunicaciones)	¿Ha recibido capacitaciones en TIC?	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaquéen	Encuesta

	Administración del tiempo	Número de horas dispuestas para su emprendimiento	¿Cuántas horas invierte aproximadamente en su emprendimiento a la semana? (capacitaciones, producción, ventas, suministro de materia prima)	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaquén	Encuesta
	Consolidación del emprendimiento innovador	Nivel de motivación para el escalamiento del emprendimiento	Dando por cumplido que cuando inició su actividad productiva, se encontraba en un alto grado de motivación siendo este 10, en qué número de 1 a 10 se encuentra su motivación para continuar con el emprendimiento	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaquén	Encuesta
	Mejoramiento Continuo	Número de mejoras en cada emprendimiento	¿Su emprendimiento es innovador o produce bienes o servicios innovadores?	Mujeres emprendedoras aglomeradas en el colectivo emprendedoras con amor de la localidad de Usaquén	Encuesta
Clúster: Aglomeración de actividades productivas similares o iguales en una misma región con apoyo de Instituciones académicas y gubernamentales. Públicas y privadas	Gobernanza Clúster	Número de representantes públicos y privados en la Gobernanza	¿Estaría dispuesto a formar parte integral de una gobernanza clúster social con reuniones periódicas y bajo el informe de un Clúster Manager?	Funcionarios de entidades públicas y privadas	Entrevista
		Número de instituciones potencialmente dispuestas a participar en una alianza centralizada e integral	Qué entidades específicamente considera podrían estar dispuestas a participar en una estrategia integral para mitigar el fracaso de microemprendimientos de mujeres	Funcionarios de entidades públicas	Entrevista

Nota. La tabla evidencia la matriz de conceptualización del proyecto integrador, que es base para la elaboración del instrumento (entrevista semiestructurada y encuesta).

ii) Aplicación del instrumento⁴

La encuesta se realiza por medio de una reunión el viernes 8 de abril entre la 1:30 pm y las 5.30 pm en la casa de la Igualdad de Usaquén (Carrera 7f # 155-71) con 35 de las integrantes del colectivo 'Emprendedoras con Amor'. Tanto los investigadores, como las emprendedoras y su representante se presentan y exponen la actividad productiva a la que se dedican. Posteriormente, se hace un breve taller explicativo para dar a conocer la figura de clúster social, a continuación, se abre un espacio para tanda de preguntas, inquietudes y

⁴ El diseño de los instrumentos utilizados en el presente se encuentran en el Anexo No. 1 Formato Encuesta y Anexo No. 2 Formato Entrevista

expectativas acerca del propósito del encuentro y la futura conformación del clúster. Por último, se procede a compartir un link de Google Forms, se explican las preguntas a desarrollar y se da espacio a cada una para que diligencie el instrumento con la mayor claridad posible.⁵

La entrevista, por otro lado, se dispone y comparte a distintas instituciones que se consideran podrían ser posibles participantes en la conformación del Clúster. Por condiciones atadas al tiempo, se realiza la recolección de la información por medio de un link de Google Forms con breves preguntas abiertas entre el 18 de abril y el 29 de abril del 2022. Los representantes de las instituciones que responden al llamado son: La Corporación Clúster ONG, La Red Clúster Colombia, El programa de Especialización de Gerencia Social de Uniminuto Sede Bogotá Presencial, y El Centro Progresá para el emprendimiento de la Uniminuto.

***iii) Interpretación y presentación de la información recolectada
atendiendo las categorías definidas en la matriz de conceptualización de variables***

De las entrevistas realizadas a instituciones el 75% están dispuestas a conformar la gobernanza, lo que significa que una muestra importante cuenta con la voluntad y la disponibilidad para la conformación del Clúster. Sin embargo, a pesar de un largo plazo para hacerlo, el llamado a únicamente a responder la entrevista fue un número superior, lo que permite divisar que puede ser complejo el proceso de relacionamiento con algunas de estas entidades por más de que en el pasado hayan expresado su interés de hacer parte.

Por otro lado, se comprueba por medio de las encuestas, un bajo nivel educativo, mucho menos especializado para el emprendimiento y el sostenimiento de los mismos.

Se comprueba también que las mujeres sienten un abandono por parte del Estado y en general del mercado al momento de promover sus actividades productivas.

⁵ Las evidencias fotográficas se encuentran el Anexo. 3

La mayor parte de las mujeres, expresaron su inconformidad frente a la desarticulación y muchas veces la incoherencia de los talleres, cursos o capacitaciones que han recibido anteriormente por parte de instituciones de su localidad, asimismo expresan sentirse a la deriva sin el apoyo institucional por parte del Estado para promover la innovación y el emprendimiento, como muchos entes territoriales lo registran en sus planes de desarrollo nacional, departamental y municipal.

10. Estrategia de fortalecimiento organizacional⁶

a. Perfil y caracterización de la organización

El grupo donde se planteó la aplicación de la herramienta de gerencial social para el presente proyecto integrador, es el colectivo “emprendedoras con amor”, es de aclarar que no es una organización corporativa como tal, no posee un registro mercantil, no es una sociedad jurídica, pero si es un colectivo o grupo que naturalmente se ha creado, y pretende ser parte de una iniciativa clúster para convertirse en el primer beneficiario de una estrategia de redes y alianzas que conlleve a la creación de un primer clúster social productivo.

El colectivo “emprendedoras con amor”, nació el año 2019, con un número de 10 emprendedoras de gastronomía; posteriormente se van añadiendo más emprendedoras con otras actividades productivas, a través del voz a voz, lo que como evolución del colectivo de 10 emprendedoras se unen 30 emprendedoras en el transcurso de 2 años, para llegar al día de hoy con 40 mujeres emprendedoras ubicadas en la localidad de Usaquén. Este colectivo se dedica a actividades productivas relacionadas con ropa de vestir, textiles, accesorios, gastronomía, eventos, entre otros, bajo el liderazgo de una líder cantautora Norha Patricia Plata Segura, consolidando un grupo colaborativo y solidario, con su objetivo de reclutar más emprendedoras mujeres especialmente en condiciones económicas menos favorables en la localidad de Usaquén - Bogotá.

⁶ La matriz de involucrados se encuentran en el Anexo 1 externo al documento.

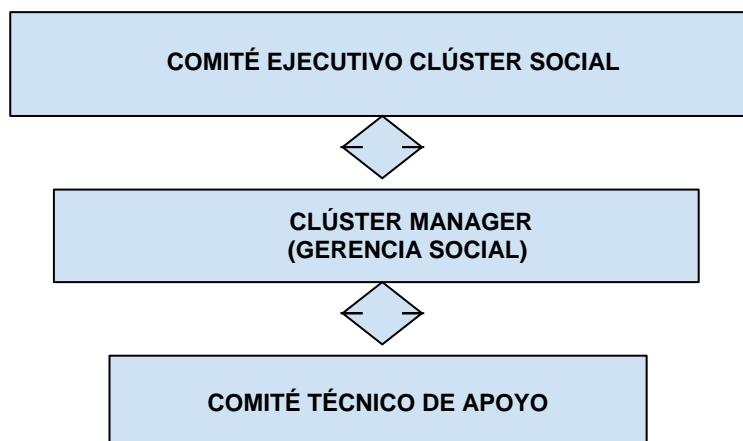
Como resultado importante de su desempeño como colectivo, las emprendedoras han logrado consolidarse en un trabajo colaborativo en donde cada una de ellas ha alcanzado un crecimiento en su desempeño como emprendedoras.

De acuerdo a las divisiones del sector económico del país, las emprendedoras con amor pertenecen al sector terciario (presentación de servicios), específicamente en el desarrollo de actividades de comercio. Su objeto social es la fabricación, comercialización, y venta al detal de toda clase de productos elaborados para vestir, consumo, bisutería, arte y country, alimentos, cosmética, eventos musicales, entre otros.

Esta prestación de bienes y servicios son promocionados en diferentes eventos empresariales y locales en diversos barrios de la localidad de Usaquén, en donde las mujeres en las ferias de emprendedores se unen y realizan su montaje para la promoción y venta de sus servicios, sus clientes potenciales son los habitantes de cada barrio donde se desarrollen las ferias, debido a la diversidad de productos que el colectivo tiene, lo que le permite alcanzar la población de hombres, mujeres desde los 15 años en adelante.

El “colectivo emprendedoras con amor” hará parte principal de una estructura organizacional que se plantea como la respuesta de la herramienta de Gerencia Social denominado las redes y alianzas a través de un clúster social como miembro mayoritario del comité directivo; no obstante, tendrá el apoyo de la corporación clúster ong, organización jurídica cuyo objeto social es la búsqueda de la clusterización de la economía por las regiones de Colombia, con amplia experiencia y antigüedad en conformación de clústeres, la cual impulsara y liderara este primer clúster social con el objetivo de que sea replicado en diversas actividades de emprendimientos productivos en las diversas localidades de Bogotá y en lo posible de Colombia.

Debido a lo anterior se propone entonces una gobernanza de dirección estratégica para el clúster social productivo, así:

Figura 6*Gobernanza Clúster Social*

Nota. Evidencia el orden jerárquico de la gobernanza del clúster social.

b. Metodología Redes y Alianzas

El proyecto integrador como estrategia de fortalecimiento organizacional, propone la aplicación de la herramienta de redes y alianzas, bajo el objeto de prevenir el fracaso de los emprendimientos de las mujeres emprendedoras; pues las redes y alianzas se constituyen un mecanismo de importancia a las mujeres emprendedoras; Elina Dabas (1998), expone que las redes son “un sistema abierto, multicéntrico, que a través de un intercambio dinámico entre los integrantes de un Colectivo (familia, equipo de trabajo, barrio, organización, tal como el hospital, la escuela, la asociación de profesionales, el centro comunitario, entre otros) y con integrantes de otros colectivos, posibilita la potencialización de los recursos que poseen y la creación de alternativas novedosas para la resolución de problemas o la satisfacción de necesidades. Cada miembro del colectivo se enriquece a través de las múltiples relaciones que cada uno de los otros desarrolla, optimizando los aprendizajes al ser éstos socialmente compartidos” (Dabas, 1998).

De acuerdo a las tipologías de redes para el presente proyecto integrador se ha clasificado como **Operativa** que está definida como una red proyecto formalizada por una organización de trabajo adaptada de acuerdo a las exigencias organizacionales de la red y sus objetivos, y es de carácter **estructurada**, en donde se cuenta con un organigrama

definido y se va adaptando de acuerdo a las necesidades, respetando los intereses y capacidades de cada participante. (Guía para el fortalecimiento y articulación de redes y organizaciones sociales, 2007)

Las Alianzas se constituyen en una herramienta esencial para prevenir el fracaso de las mujeres, en la medida que se valoran las relaciones entre cada actor o parte interesada, cada uno puede ser autónomo en su quehacer bajo su experticia, pero activos hacia el mismo logro establecido por el clúster social, aportando cada actor al desarrollo de capital social.

i) Diagnóstico de necesidades:

A través de la aplicación del instrumento las mujeres que hacen parte del colectivo emprendedoras con amor, de acuerdo a los resultados de las 35 mujeres emprendedoras se evidencia la necesidad de consolidar al estrategias de redes y alianzas, definida para el proyecto como clúster social; pues dentro de los resultados las mujeres empresarias manifiestan varias necesidades, entre las cuales se identificaron: fortalecimiento de sus emprendimientos entre ellos contar con herramientas contables que les aporten a una mejor organización para el manejo de las finanzas de sus emprendimientos, capacitaciones en diversos campos como las TIC, apoyo para promocionar sus productos, mejorar las ventas, lograr el cumplimiento de metas, lograr un punto de equilibrio; pues el 91% de las mujeres dependen económicamente de su emprendimiento y el 100% de ellas manifiesta la necesidad de contar con apoyo a nivel público y privado, lo que nos direcciona a implementar la herramientas de redes y alianzas, ya que se constituye en la mejor herramienta para prevenir el fracaso de las emprendedoras a través de la constitución de un clúster social con el apoyo de diferentes actores que aporten al fortalecimiento y desarrollo de cada emprendimiento.

ii) Identificación de actores estratégicos para configuración de redes y alianzas:

Dentro del ejercicio de investigación para prevenir el fracaso del colectivo emprendedoras con amor, y en vista de fortalecer el proceso de redes y alianzas se identificaron los siguientes actores:

- **Alcaldía Usaquén:** Lidera la convivencia pacífica, el ejercicio de la ciudadanía, la promoción de la organización y de la participación ciudadana, y la coordinación de las relaciones políticas de la Administración Distrital en sus distintos niveles, para fortalecer la gobernabilidad democrática en el ámbito distrital y local, y garantizar el goce efectivo de los derechos humanos y constitucionales. (Alcaldía Local Usaquén, s.f.)
- **Secretaría Distrital de Integración Social:** Propende por materializar la garantía, protección y restablecimiento de derechos, que se evidencia en la implementación de políticas públicas sociales, modelos de atención y servicios y acciones de transformación social que tienen en cuenta las diferencias étnicas, culturales, de discapacidad, de orientación sexual e identidad de género, así como las de cada territorio. (Secretaría de Integración Social, s.f.)
- **Secretaría Desarrollo Económico:** Esta, tiene por objeto orientar y liderar la formulación de políticas de desarrollo económico de las actividades comerciales, empresariales y de turismo, que conlleven a la creación o revitalización de empresas, a la generación de empleo y de nuevos ingresos para los ciudadanos y ciudadanas en el Distrito Capital. La Secretaría Distrital de Desarrollo. (Secretaría Desarrollo Económico, s.f.)
- **Innpulsa Colombia:** Es la agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional, que, junto al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, acompaña la aceleración de emprendimientos de alto potencial y a los procesos innovadores y de financiación que permiten escalar a las empresas del país para generar más desarrollo económico, equidad y oportunidades para todos los colombianos. (INNpulsa Colombia, s.f.)

- **Corporación Minuto de Dios:** Su propósito es ser líder en el desarrollo integral de la población vulnerable, innovando y promoviendo soluciones con eficiencia y eficacia. Como puede apreciarse, la innovación es un concepto que ha estado siempre presente y ha sido preocupación del Minuto de Dios desde la creación de la obra. (Corporación Organización El Minuto de Dios, s.f.)

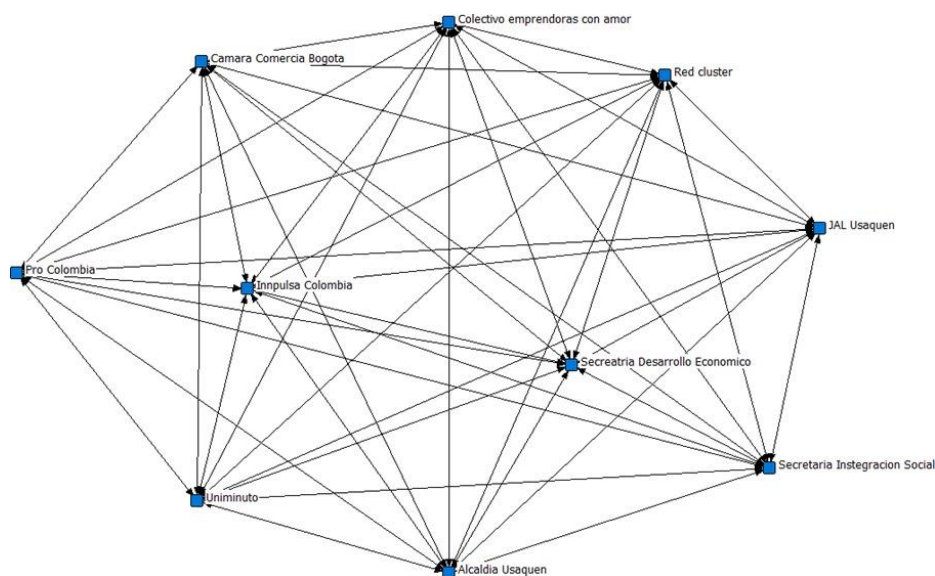
- **JAL Usaqué:** Entiéndase cómo una corporación cívica sin ánimo de lucro compuesta por los vecinos de un lugar, que aúnan esfuerzos y recursos para procurar la solución de las necesidades más sentidas de la comunidad. (Alcaldía Local Usaqué, s.f)

- **Procolombia:** Se encarga de la promoción de las exportaciones de bienes no minero energéticos y servicios en mercados con potencial, la expansión de las empresas colombianas, la atracción de inversión extranjera directa a Colombia, el posicionamiento del país como destino turístico de vacaciones y reuniones y Marca País, son los principales ejes en los que centra su trabajo PROCOLOMBIA. (PROCOLOMBIA, s.f.)

- **Cámara de Comercio Bogotá:** Sirve a los emprendedores y empresarios para que existan más y mejores empresas y lograr una sociedad más próspera y equitativa en Bogotá y la Región. Acompaña a las empresas en sus diferentes ciclos de vida, brindamos seguridad jurídica y desarrollamos acciones que mejoren el entorno competitivo. Trabaja por la reivindicación del empresario, resaltando su aporte al desarrollo económico y social, a través de servicios gratuitos y herramientas a las micro y pequeñas empresas, que representan el 97 % del tejido empresarial. (Cámara de comercio Bogotá, s.f.)

- **Colectivo emprendedoras con amor:** El colectivo 'EMPRENDEDORAS CON AMOR', ubicado en la localidad de Usaqué-Bogotá no es una sociedad, ni una cooperativa; las mujeres emprendedoras actúan por sí solas, trabajando desde sus hogares. Cuenta con un total de 40 mujeres.

A continuación se evidencia a través de la figura, las relaciones que los actores tienen entre sí, conforme a su actividad y desarrollo, cada uno es importante dentro de la estrategia de redes y alianzas.

Figura 7*Relación actores Clúster Social*

Nota. Evidencia las relaciones entre los actores frente a la creación y desarrollo del clúster social.

iii) Formulación de la estrategia

Evidenciando esta situación, bajo la importancia de la herramienta de redes y alianzas para el presente proyecto, de tipología operativa y estructurada; se considera pertinente la conformación de un clúster productivo con enfoque social, el cual se denomina Clúster Social, entendiéndose este, como la aglomeración de actividades socialmente productivas en una región determinada en condiciones menos favorables. Para el presente proyecto integrador se centra en el colectivo emprendedoras con amor en la localidad de Usaquén-Bogotá DC-Colombia, con apoyo de instituciones académicas como universidades o institutos de investigación y entidades de apoyo gubernamentales como la Alcaldía Local de Usaquén, la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico y Secretaría Distrital de Integración Social principalmente.

Frente a esta red y alianza denominada clúster social, se pretende consolidar a través de la aglomeración de mujeres que se dedican a la misma actividad productiva y que se encuentran geográficamente cerca para que hagan parte del clúster social.

Partiendo de lo anterior, como la herramienta de Gerencia Social se plantea la estrategia de redes y alianzas que será de aplicación para cualquier grupo de emprendimientos o agrupaciones, inicialmente como se ha descrito con el colectivo Emprendedoras con amor, de la siguiente manera:

- Conformación del comité ejecutivo estará conformado por 3 representantes de las emprendedoras, 1 de una universidad o instituto de investigación, 1 de entidad estatal local (Alcaldía Local de Usaquén), 1 de entidad de apoyo financiero, 2 de entidades Distritales (Secretaría de Desarrollo Económico-Secretaria de la Mujer) o nacional, 1 de organización no gubernamental o ONG (Corporación Clúster), 1 de entidad de apoyo Clúster (Innpulsa-Red Clúster); su función a manera de junta directiva será tomar decisiones y controlar la gestión del Clúster Manager con reuniones periódicas mensuales.

- El Clúster Manager (Equipo Gerencial Social) tiene como función primordial el de gerenciar y dirigir el clúster social productivo, proponiendo objetivos, metas, planes de acción y estrategias de funcionamiento. Se encargará entre otras funciones, de formular proyectos, realizar convocatorias, estructurar licitaciones, hacer marketing comercial, relacionamiento (redes y alianzas), investigaciones, consecución de recursos económicos, proveeduría, encadenamientos productivos entre los miembros del clúster social y también con otros clústeres (Inter clúster), internacionalización (exportación desde lo local), etc.

- El comité técnico de apoyo, estará conformado por un representante de las emprendedoras con amplio conocimiento, experiencia y relacionamiento de la región en donde funcionará el Clúster Social, y un apoyo técnico en producción, financiamiento, contable y jurídico. Este comité trabajará diariamente con el Clúster Manager Social y será remunerado mediante convenio (Secretaría de Desarrollo Económico, Alcaldía Local de Usaquén, Secretaría de la Mujer y Corporación Clúster ONG) con entidades de apoyo, en especial, estatales, locales o empresas privadas anclas que requieran valor compartido para su responsabilidad social empresarial; lo que pretende un liderazgo característico para un desarrollo estratégico sólido en el Clúster Social.

Dentro de la estrategia de redes y alianzas, como rol de gerentes sociales se espera que cada actor o parte interesada pueda aportar de acuerdo a sus funciones y capacidades para el clúster social, y que a su vez éste sea de aporte a cada uno de ellos, de la siguiente manera:

Emprendedoras con amor: Aporte al Clúster: Experiencia y conocimientos en emprendimientos, organización logística, reclutamiento de más integrantes emprendedoras relacionadas con la misma actividad productiva, gestión en ferias y eventos, innovación en desarrollo de emprendimientos. El Clúster Social les aportaría: Organización administrativa y técnica, ser parte del comité directivo, innovación y tecnología, sostenibilidad a largo plazo de sus emprendimientos, redes y alianzas público-privadas

Alcaldía de Usaquén: Aporte al Clúster: Espacio físico para funcionamiento administrativo del piloto Clúster Social, recursos económicos según presupuestos priorizados para emprendimientos, ferias y eventos promocionales, ser el representante de la Alcaldía en la gobernanza clúster social, capacitaciones a las emprendedoras . El Clúster social le aportaría: Desarrollo económico local. Aumento en el índice de participación de género e inclusión, contrapartidas de recursos económicos para emprendimientos.

Secretaría de Desarrollo Económico: Aporte al Clúster: Recursos económicos para el convenio interinstitucional del Clúster Social, espacios físicos para funcionamiento del clúster social, asesorías para planteamiento de metas y proyectos para apoyo al emprendimiento de mujeres, ferias y eventos, aceptación como representante en el comité ejecutivo de la gobernanza del Clúster Social . El Clúster Social le aportaría: Cumplimiento de metas de emprendimiento de género e inclusión, disminución de índices de pobreza de género, modelo de desarrollo económico que puede ser replicable, tecnología e innovación en emprendimientos, nuevos actores como el sector privado (clúster de prendas de vestir de la Cámara de Comercio) en el apoyo a emprendimientos en Bogotá

Red Clúster: Aporte al Clúster: Capacitaciones en Clusterización de la economía, inclusión del Clúster Social en la web de la red clúster nacional, relacionamiento con otros clústeres nacionales e internacionales (Intercluster), relacionamiento con la Cámara de

Comercio (confecamaras), información de oferta institucional relacionada con los emprendimientos . El Clúster Social le aportaría Nuevo concepto de clúster, innovación en clusterización social productiva, ampliación de campo productivo.

Innpulsa Colombia: Aporte al Clúster: Convocatorias especiales de apoyo a Clústeres, recursos no reembolsables para emprendimientos y organización clúster, relacionamiento con TCI Network organización que reúne a los clústeres del mundo, acceso a Bancoldex (Banca de segundo piso de fomento industrial), capacitaciones y eventos clúster. El clúster Social aportaría: Innovación en Clusterización de la economía a poblaciones menos favorables en recursos económicos, aporte a objeto social de apoyo a microemprendimientos, posibles contrapartidas para desarrollo clúster.

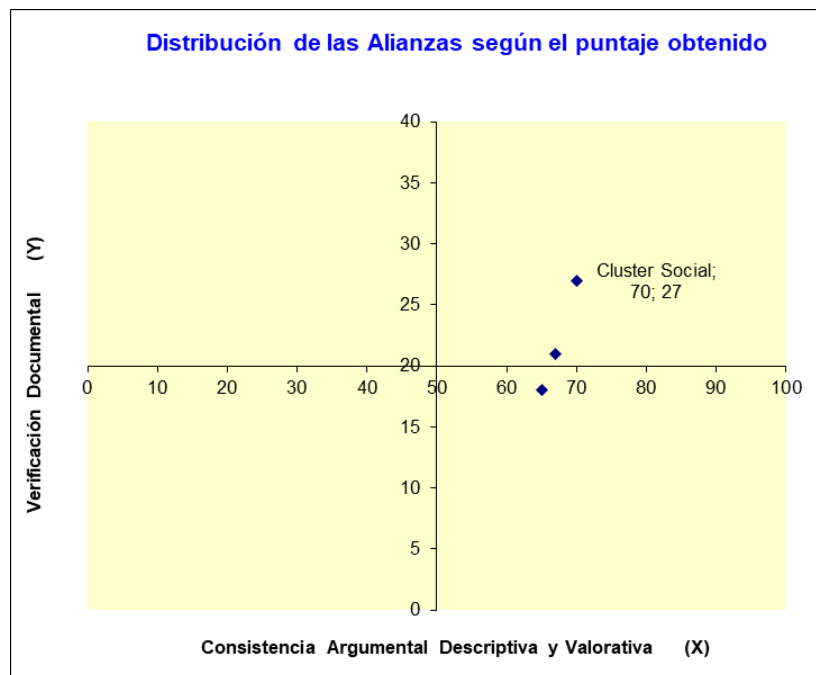
Corporación clúster ONG: Aporte al Clúster: Liderazgo y organización del clúster social, posibles contrapartidas para el convenio interinstitucional, capacitación en Clusterización a las emprendedoras con amor, ser parte del Clúster Manager, representante en el comité ejecutivo de la Gobernanza del clúster Social. El clúster Social le aportaría: prueba piloto del primer clúster social, innovación en Clusterización, amplitud en sus redes y alianzas para otros posible clústeres.

iv) Elaboración de matriz de aliados y semáforo de alianzas

Bajo el instructivo para su aplicación Semáforo Nacional de Alianzas de la Fundación Corona y el Banco Mundial; y de acuerdo a los actores identificados como parte de la alianza, se procedió a realizar el semáforo acorde con algunas de las preguntas del instrumento y del conocimiento del proceso de investigación de cada uno de ellos, frente a sus características se ubican en el cruce del eje ***X (verificación documental)*** y el eje ***Y (consistencia argumental, descriptiva y valorativa)***, la figura a continuación muestra el cruce de los ejes.

Figura 8

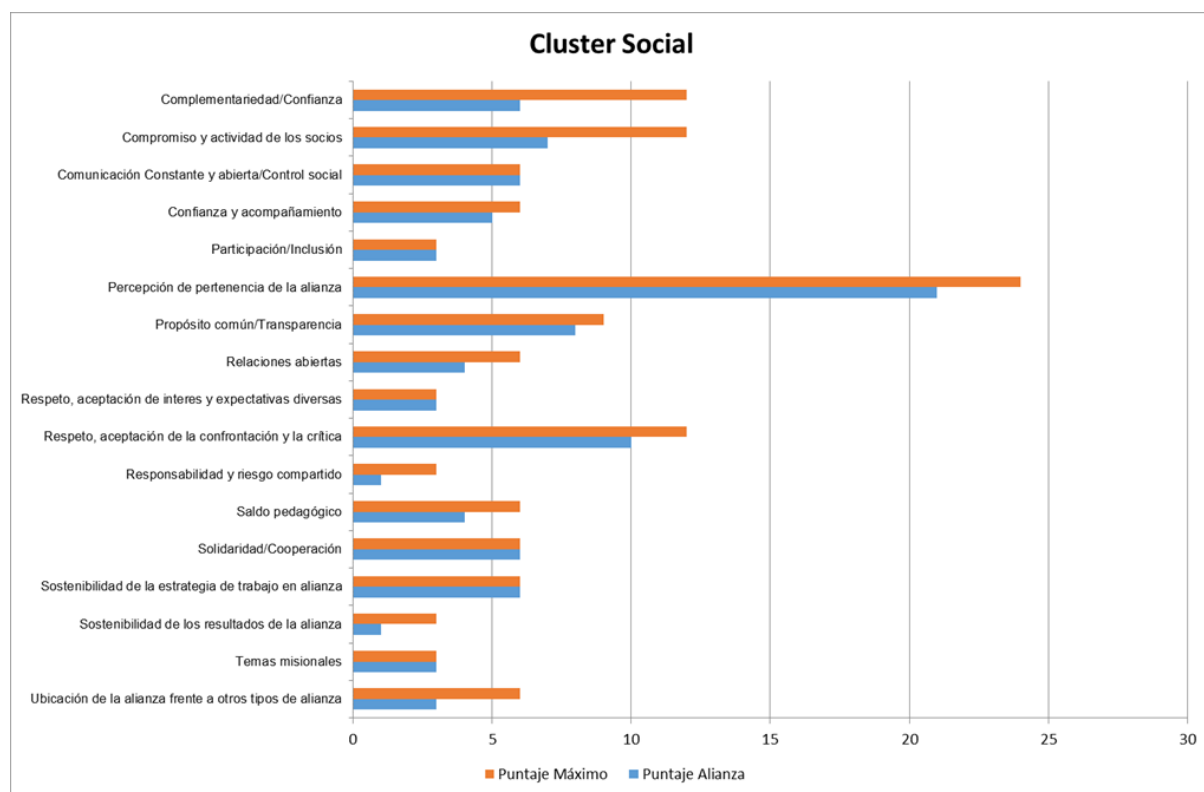
Eje Semáforo de Alianzas



Nota. Se evidencia el eje del semáforo de la alianza denominada Clúster Social.

Identificando las opiniones de los actores involucrados en la Alianza, éste se ubica en el cuadrante A: con una coordenada 70;27 evidenciando una alta consistencia de opinión y una organización documental apropiada, pues cada actor maneja de manera organizada sus procesos y mecanismos, las instituciones involucradas están consolidadas y las mujeres del colectivo emprendedoras con amor en sí están organizadas en su visión, misión y quehacer así cada una desarrolle su emprendimiento de manera individual.

A continuación se muestra la figura que relaciona el resultado de la calificación de los actores participantes en la alianza de clúster social.

Figura 9*Calificación Semáforo de Alianza*

Nota. El semáforo de alianzas sobre el Clúster social es el resultado de las preguntas del instrumento y del conocimiento del proceso de investigación de cada uno de los actores.

Partiendo del semáforo de la alianza de Clúster social, se evidencia un puntaje máximo y equilibrado frente a cuatro puntos del cuestionario: Control social, cooperación, sostenibilidad de la estrategia de alianza. Lo que permite al Clúster Social motivar a cada socio a continuar cooperando con sus actividades desde su misión impartiendo el conocimiento y experiencia para alimentar la Alianza del clúster Social.

Por otra parte se evidencia un puntaje más bajos en los temas relacionados con: la pertinencia de la alianza, seguido del respeto, aceptación y conformación de la alianza, la complementariedad y la confianza y el compromiso y actividad de los socios; si bien es un buen puntaje se necesita fortalecer en aquellos socios el tema de la aceptación de la alianza a través de mostrar los resultados positivos que se generan a través de ésta. Frente

al compromiso de los socios se propone identificar aquellos que están fallando con sus actividades para que se fortalezca el compromiso, la confianza y la complementariedad de cada socio frente a la Alianza del Clúster Social.

Otro de los puntajes bajos son los temas misionales frente a la Alianza, lo que evidencia una necesidad de generar estrategias que permitan documentar la misión, visión, objetivos y metas de la Alianza, con ello todos los socios se centran en el objeto de la misma y el puntaje subiría.

c. Cronograma y presupuesto

Con el ejercicio desarrollado por cada actividad de la estrategia de red y alianza “Clúster Social”, se elaboró un cronograma de actividades con sus costos

Figura 10

Cronograma

ACTIVIDAD	ACTIVIDAD ESPECIFICAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	COSTO ACTIVIDADES ESPECIFICAS	COSTOS TOTALES DE ACTIVIDADES	
COMPONENTE C1	Estrategia de Redes y Alianzas para crear un Cluster Social																							
Aglomeración de mujeres emprendedoras según su actividad productiva, convocadas para el proyecto de cluster social																								\$ 3.000.000
	*Dos reuniones en la casa de la mujer de usaquen con todas las emprendedoras del colectivo emprendedoras con amor																							\$ 1.000.000
	Censo de productividad (encuesta virtual y/o APP)																							\$ 2.000.000
Hacer un convenio interinstitucional con stake holders principales																								\$ 241.000.000
	Reuniones físicas y virtuales con los stake holder principales																							\$ 1.000.000
	Definir el Cluster Manager del Cluster Social (Corporación Cluster ONG, remunerados por las Instituciones principales que conformen el convenio Cluster Social)																							\$ 180.000.000
	Definir el comité técnico de apoyo al cluster manager del cluster social. Remunerados por las Instituciones principales que conformen el cluster social(convenio interinstitucional)																							\$ 60.000.000
Hacer un convenio intercluster de acuerdo a las actividades productivas de las mujeres emprendedoras en la localidad de usaquen																								\$ 1.000.000
	Reuniones físicas y virtuales con otros cluster relacionados con las actividades productivas especialmente los ubicados en Bogota y Cundinamarca																							\$ 1.000.000
COMPONENTE C2	Planificación estratégica económica.																							
Definir mision, vision, metas de cada microemprendimiento de la mujeres emprendedoras del colectivo "Emprendedoras con Amor"																								\$ 1.000.000
	*Taller con el colectivo emprendedoras con amor para estructurar planeación estratégica de cada emprendimiento del cluster social																							\$ 1.000.000
Definir mision ,vision y metas del cluster social de prendas de vestir, textiles , accesorios y eventos de la localidad de usaquen																								\$ 1.000.000
	Taller con el colectivo emprendedoras con amor y los principales stake holder institucionales para estructurar planeación estratégica del cluster social.																							\$ 1.000.000
Involucrar entidades de apoyo económico en la gobernanza del cluster social de usaquen																								\$ 1.000.000
	Reuniones virtuales y presenciales con entidades de apoyo económico para involucrarlos en la gobernanza del cluster social (Impulsa Colombia, Bancoldeix, Cámara de Comercio de Bogota, Cluster Prendas de Vestir de Bogota)																							\$ 1.000.000
COMPONENTE C3	Innovación TIC																							
Capacitar en marketing digital, creación web, e-commerce, y dropshipping a las mujeres emprendedoras del cluster social																								\$ 21.000.000
	Cursos en marketing digital, creación web, e-commerce y dropshipping para cada emprendedora del cluster social de usaquen																							\$ 10.000.000
Construir un aplicativo para celular o móvil (APP) para aglomeración y ventas del cluster social de usaquen																								\$ 10.000.000
	Construcción , e implementación por parte de la corporación cluster ong de un aplicativo autosostenible para celular o móvil que permita aglomeración por actividad productiva y ventas (Convenio interinstitucional)																							\$ 6.000.000
Trabajos interinstitucional en especial académicas para la innovación en productos y servicios del cluster social de usaquen																								\$ 6.000.000
	*Reuniones mensuales de la gobernanza cluster especialmente orientadas a la innovación de productos y servicios y sostenibilidad del cluster social																							\$ 6.000.000
	*Contrapartidas colectivo emprendedoras con amor y casa de la mujer de usaquen																							
TOTAL PROYECTO																							\$ 285.000.000	

Nota. Muestra el cronograma de actividades en el desarrollo del tiempo.

d. Indicadores de impacto, producto, resultado y gestión

Dentro del ejercicio del proyecto integrador, frente a las actividades identificadas para el desarrollo de la estrategia de redes y alianzas se plasman los indicadores relacionados en la siguiente tabla:

Tabla 3

Indicadores

TIPO DE INDICADOR	INDICADOR
<i>IMPACTO</i>	Disminuir en un 70% el fracaso de los micro emprendimientos de las mujeres “emprendedoras con amor” al año de la creación del clúster
<i>RESULTADO</i>	% de incremento de los niveles de productividad económica de las mujeres emprendedoras de Usaquén a los 2 años de la creación del clúster
<i>PRODUCTIVO</i>	Implementar el 45% de las estrategias de redes y alianzas con la participación de los principales stakeholders del clúster social generado por las “emprendedoras con amor” en 1 año
	Desarrollar el 95% de la planificación estratégica de manejo económico para las “emprendedoras con amor” en Usaquén en 1 año
	Diseño del 90% de las funcionalidades de la APP del clúster social de la localidad de Usaquén en los primeros 20 meses
<i>GESTIÓN</i>	Crear 10 espacios de trabajo innovador para las emprendedoras con amor en Usaquén en 1 año
	4 aglomeraciones productivas de las mujeres emprendedoras convocadas para el proyecto de clúster social en los primeros 6 meses
	Crear 4 convenios inter clúster de las mujeres emprendedoras en la localidad de Usaquén a los 6 meses
	Definición en acuerdo común al 100% la misión, visión y metas del clúster social en Usaquén a los 15 meses
	90% las instituciones pertenecientes a la gobernanza participantes en el trabajo interinstitucional de innovación de los productos de las mujeres “emprendedoras con amor” en Usaquén en los primeros 20 meses.
	30 mujeres micro emprendedoras del colectivo, que participen en 10 capacitaciones impartidas por el clúster social en los primeros 20 meses

Nota: Evidencia los indicadores de tipo impacto, resultado, productivo y gestión, que se espera alcanzar con la implementación del proyecto integrador.

11. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones:

- En primera instancia se encuentra que, la falta de ingresos económicos permanentes y las escasas oportunidades laborales en el país han fortalecido el tipo de “emprendedores por necesidad”, lo cual conlleva a que las mujeres se sientan impulsadas a disponerse en la búsqueda de lo que realmente les apasiona.

- Se halla que el fracaso de ideas de negocio y microempresas en Latinoamérica en general, se debe la mayor parte del tiempo a la falta del apalancamiento y coordinación entre los Estados y las personas que fundan microempresas.

- Se reconoce la existencia de una desventaja competitiva en el mundo laboral hacia las mujeres, puesto que una gran parte de la población femenina actualmente sufre aún de desigualdad de género, y ésta, trae a su vez problemas como el analfabetismo. Asimismo, se percibe que una de las más grandes herramientas que tienen las mujeres para su propio empoderamiento económico, tiene que ver con los nacimientos de emprendimientos femeninos.

- Se encuentra que en el caso de Colombia, el 17,8 % de las mujeres tiene un emprendimiento en etapa temprana pero a la vez no se encuentra un estudio que muestre su supervivencia a largo plazo, lo que evidencia un problema latente en cuanto a la escasa proyección en la creación de emprendimientos desarrollados por mujeres colombianas.

- Se reconoce la existencia de voluntad, pero al mismo tiempo una gran desarticulación por parte de diversas instituciones tanto públicas como privadas que buscan asistir y promover tales actividades económicas, esto debido a que no conectan con los intereses y necesidades reales que buscan gestionar las pequeñas emprendedoras.

Asimismo, se percibe también un abandono del gobierno en el apoyo a las emprendedoras y en especial a aquellas que, por su nivel educativo, económico y/o cultural, viven barreras de acceso para la participación de programas o espacios de apoyo y apalancamiento.

- Se comprende que la existencia de causas para que microemprendimientos fracasen, pueden llegar a ser un sin fin de razones, a pesar de esto, se resalta la ausencia de planeación estratégica económica y un fortalecimiento en las redes y alianzas, pues la mayor parte de empresarias de bajos recursos no completó sus estudios, como consecuencia, los conocimientos administrativos y de gestión se aprenden a base de prueba y error. Esta situación resulta particularmente evidente cuando se habla de negocios informales

- Se percibe que la violencia de género no solo permea la vida privada de las mujeres sino que termina por repercutir negativamente en el fracaso o la no creación de emprendimientos por parte de mujeres, o en otras palabras, problemas sociales que se resuelven en un impacto económico negativo para el país.

- Como respuesta a la problemática planteada sobre el posible fracaso de los emprendimiento de las mujeres, se plantea como herramienta de gerencia social, las redes y alianzas formalizada a través del Clúster Social, que en principio se verán como principales beneficiadas las mujeres del colectivo emprendedoras con amor; sin embargo esta estrategia es de réplica para diversos grupos o colectivos de emprendimientos no solo en Bogotá sino a nivel nacional y con proyección a lo internacional.

- La estrategia de redes y alianzas, que como gerentes sociales se plantea, es de impacto para cada actor social, institucional, público y privado, toda vez que en el desarrollo del clúster social, se pretende un trabajo articulado desde la experiencia de cada uno y en donde existe un mutuo beneficio, lo que puede generar mayor cohesión e interés sobre la estrategia.

- Se entiende que conseguir converger y coincidir con cada actor propuesto en el presente documento para la conformación del Clúster Social, puede llegar a ser un proceso complejo en caso de que el Clúster Manager pierda o no tenga un alto grado de relacionamiento y cercanía con cada uno de los entes.

- Se comprende que los efectos del fracaso de emprendimientos, traen consecuencias devastadoras para las mujeres de bajos recursos que consideran el emprendimiento como una respuesta para solucionar su situación financiera además del desenvolvimiento por empoderamiento de su propia persona en todas las dimensiones de sus vidas, pues al fracasar, se promueve la deserción de creación de microempresa y su vez, el chance de una importante parte de la población participar en el crecimiento de la economía. Lo que termina por desincentivar la creación de nueva empresa así como el crecimiento económico que dichas actividades pueden generar.

Recomendaciones:

- Implementar una estrategia de redes y alianzas, por medio de la clusterización de procesos productivos con un enfoque social, que permita naturalmente la organización barrial, gracias a una de las típicas características de los clústeres que maneja la geolocalización y sectorización de actividades productivas puesto que al generar una organización para la educación y promoción de la producción de algunas mujeres, más personas al ver eso, como una gran opción para educarse y generar recursos económicos querrán incluirse dentro de dichos procesos.
- Generar sinergias de alto alcance para la creación de un Clúster Social exitoso y sostenible en el tiempo requiere de una gran voluntad por parte de las instituciones educativas públicas y privadas, así como de instituciones públicas y empresas.
- Validar las variables expuestas en el presente documento en una muestra de mayor representatividad y en caso de obtener resultados similares, se replique el método de análisis en otros contextos para determinar la consistencia de los resultados, que son de utilidad para generar una mayor comprensión en esta área de estudio.
- Realizar un censo de productividad por barrios vulnerables en la localidad de Usaqué y/o extraer información de las bases de datos Sirbe y Tropa Social de la Secretaría Distrital de Integración Social y del observatorio económico de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico de Bogotá. Hacer un fuerte llamado al Estado colombiano para brindar un acompañamiento justo y acertado especialmente para micro

emprendedoras, con niveles de analfabetismo y escasos recursos económicos. Siendo ellas, un alto porcentaje de la población en el país en etapa productiva.

Promulgar por la generación de estrategias que brinden a la mujer emprendedora herramientas para el sostenimiento de sus emprendimientos con el fin de que aumenten sus recursos y salgan del círculo de la exclusión de género.

- Replicar la estrategia de redes y alianzas constituida a través del clúster social para otro tipo de actividades productivas en diferentes barrios, localidades, ciudades que permitan la amplitud de la estrategia.

12. Referencias

- Arias, D. (23 de 3 de 2021). Emprendimiento femenino en Colombia, una brecha que aún tenemos que cerrar. Obtenido de Enter.co:
<https://www.enter.co/especiales/esp/especiales2021/emprendimiento-femenino-en-colombia-una-brecha-que-aun-tenemos-que-cerrar/>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (9 de 2018). Emprender un futuro naranja. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: <https://publications.iadb.org/es/emprender-un-futuro-naranja-quince-preguntas-para-entender-mejor-los-emprendedores-creativos-en>
- Bao Cruz, S., & Blanco Silva, F. (30 de 7 de 2014). Modelos de formación de clústeres industriales: revisión de las ideas que los sustentan. Obtenido de Revista Galega de Economía: <https://www.redalyc.org/pdf/391/39138754009.pdf>
- Cámara de Comercio Bogotá. (3 de mayo de 2017). Dinámico comportamiento del emprendimiento de mujeres en Bogotá. Obtenido de Observatorio de la mujer emprendedora Bogotana: <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-Cree-su-empresa/2017/Marzo-2017/Dinamico-comportamiento-del-emprendimiento-de-mujeres-en-Bogota>
- Cámara de Comercio Bogotá. (s.f.). Iniciativas de Clústeres. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Iniciativas-de-Clústers>
- Cámara Comercio Bogotá. (s.f.). ¿Qué son los Clústeres y dónde están ubicados? Iniciativas de Clústeres. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Iniciativas-de-Clústers/Que-son-los-Clústers-y-donde-estan-ubicados>
- CMMC. (2 de 2017). Observatorio de la mujer emprendedora Bogotana. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá Corporación Mundial de la Mujer Colombia:
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/24046>
- Congreso Colombia. (10 de 7 de 2003). LEY 823 DE 2003 por la cual se dictan normas sobre igualdad de oportunidades para las mujeres. Obtenido de <http://www.suin-juricol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1669075>

Congreso Colombia. (2006). Ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento.

Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. (4 de 12 de 2008). LEY 1257 DE 2008 Por la cual se dictan normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres, se reforman los Códigos Penal, de Procedimiento Penal, la Ley 294 de 1996 y se dictan otras disposiciones. Obtenido de http://www.oas.org/dil/esp/LEY_1257_DE_2008_Colombia.pdf

Congreso Colombia. (11 de 11 de 2010). LEY 1413 DE 2010 Por medio de la cual se regula la inclusión de la economía del cuidado en el sistema de cuentas nacionales con el objeto de medir la contribución de la mujer al desarrollo económico y social del país y. Obtenido de como herramienta fundamental para la a definición e implementación de políticas públicas:

https://oig.cepal.org/sites/default/files/2010_ley1413_col.pdf

Congreso Colombia. (31 de 12 de 2020). Ley No. 2069. Obtenido de POR MEDIO DEL CUAL SE IMPULSA EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA:

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>

CONTRERAS, P., VARGAS, E., CRUZ, G., & SERRANO, R. (20 de 8 de 2020).

Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable. Obtenido de Revista Espacios: <https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/a20v41n31p18.pdf>

DANE. (27 de 5 de 2016). Boletín técnico MICRONEGOCIOS 2015. Obtenido de

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/bol_micr_2015.pdf

Eib, C., & Siegert, S. (23 de 4 de 2019). Is Female Entrepreneurship Only Empowering for Single Women? Evidence from France and Germany. Obtenido de MDPI journals:

<https://www.mdpi.com/2076-0760/8/4/128>

Forbes Women. (3 de 1 de 2019). Mujeres emprendedoras: ¿Por qué fracasan los negocios más pobres? Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/por-que-fracasan-los-negocios-mas-pobres/>

FUNDACIÓN CORONA - BANCO MUNDIAL; Peñaranda Rodríguez, Claudia; Salamanca, Hernan. (2007). *Semáforo Nacional de Alianzas. Instructivo para su aplicación. Un índice para medir la consolidación de las alianzas entre sector público, sector privado y organizaciones sociales y aportar a su fortalecimiento*. Bogotá: Gente Nueva Editorial. Obtenido de <https://www.redeamerica.org/Recursos/Publicaciones/Detalle/ArtMID/1024/ArticleID/146/Sem225foro-Nacional-de-Alianzas>

García, N. (25 de 3 de 2021). En jornada histórica para la equidad de género, Congreso aprobó 'paquete' de proyectos en beneficio de las mujeres colombianas. Obtenido de Congresista Colombiana: <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/03/25/en-jornada-historica-para-la-equidad-de-genero-congreso-aprobo-paquete-de-proyectos-en-beneficio-de-las-mujeres-colombianas/>

García, S. (10 de 11 de 2019). ¿Por qué es importante el emprendimiento femenino en Colombia? Obtenido de Forbes Colombia: <https://forbes.co/2019/11/10/red-forbes/por-que-es-importante-el-emprendimiento-femenino-en-colombia/>

Heller, L. (1 de 2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Obtenido de CEPAL: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5818/1/S0900676_es.pdf

Infobae. (21 de 11 de 2020). El 35% de los emprendimientos en Colombia son de mujeres, pero falta camino para cerrar la brecha de género empresarial. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/colombia/2020/11/21/el-35-de-los-emprendimientos-en-colombia-son-de-mujeres-pero-falta-camino-para-cerrar-la-brecha-de-genero-empresarial/>

- Infobae. (25 de 3 de 2021). En jornada histórica para la equidad de género, Congreso aprobó 'paquete' de proyectos en beneficio de las mujeres colombianas. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/03/25/en-jornada-historica-para-la-equidad-de-genero-congreso-aprobo-paquete-de-proyectos-en-beneficio-de-las-mujeres-colombianas/>
- INNPULSA Colombia. (2016). MAPEO E INFOGRAFÍA ECOSISTEMAS REGIONALES DEL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA. Obtenido de Universidad Nacional: https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/2.2_mapeo_e_infografia.pdf
- LLínas, M. (2020). *Ebook*. Obtenido de Iniciativas Clúster: <https://marcollinas.com/>
- Martínez, M. E., Pérez, T., & Rodríguez, A. L. (2008). GERENCIA SOCIAL INTEGRAL E INCLUYENTE. Obtenido de https://www.academia.edu/4869208/GERENCIA_SOCIAL_INTEGRAL_E_INCLUYENTE
- Mireles, A. (20 de 10 de 2020). "El mundo de las finanzas ha sido muy masculino": cómo una asociación civil busca eliminar la brecha de género en el manejo de capital privado. Obtenido de infobae: <https://www.infobae.com/america/mexico/2020/10/20/el-mundo-de-las-finanzas-ha-sido-muy-masculino-como-una-asociacion-civil-busca-eliminar-la-brecha-de-genero-en-el-manejo-de-capital-privado/>
- Observatorio de Desarrollo Económico. (s.f.). Monitor de las mipyme Bogotá. Obtenido de ESTADÍSTICA Y ANÁLISIS ECONÓMICO DE BOGOTÁ - Secretaría de Desarrollo Económico.: <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/monitor-de-las-mipyme-bogota>
- ONU. (2015). Organización de Naciones Unidas. Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/#>
- Portafolio. (8 de 3 de 2019). Las mujeres emprenden porque quieren, los hombres porque lo necesitan. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/radiografia-de-la-mujer-colombiana-en-el-emprendimiento-527234>

Porter, M. (2007). *La ventaja competitiva de las naciones*. Obtenido de

https://www.academia.edu/2917951/La_ventaja_competitiva_de_las_naciones

SAMPIERI, R. H. (2014). Método Inductivo según autores. Obtenido de METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN- 6TA EDICIÓN, Mc Graw Hill Education:

<https://tesisplus.com/metodo-inductivo/metodo-inductivo-segun-autores/>

SELA. (6 de 2010). Desarrollando Mujeres Empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de PYMES. Obtenido de Sistema Económico Latinoamericano:

http://iberpyme.sela.org/aDocs/Desarrollando_Mujeres_Empresarias_PYMES.pdf

Semana. (5 de 8 de 2011). Así sacó el gobierno de Lula da Silva a 28 millones de brasileños de la pobreza. Obtenido de <https://www.semana.com/mundo/articulo/asi-saco-gobierno-lula-da-silva-28-millones-brasileros-pobreza/244371-3/>

Rizo, M. (s.f.). Redes. (U. A. México, Editor) Obtenido de Una Aproximación al Concepto:

<https://docplayer.es/10331781-Redes-una-aproximacion-al-concepto.html>

ZAMORA ALVARADO, L. F. (2018). EL ESTADO COLOMBIANO ANTE EL

EMPRENDIMIENTO EN CLAVE DE GÉNERO. Obtenido de PONTIFICIA

UNIVERSIDAD JAVERIANA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y

RELACIONES INTERNACIONALES MAESTRÍA EN ESTUDIOS POLÍTICOS:

https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/37015/Luisa_Zamora-21092018.pdf?sequence=4&isAllowed=y

13. Anexos

Anexo 1 Formato de Encuesta

ENCUESTA: Colectivo - Creación de Clúster Social

Esta encuesta se realiza con el fin del estudio sobre proyecto integrador: "Redes y alianzas para prevenir el fracaso de microemprendimientos y actividades productivas de las mujeres participantes en el colectivo "emprendedoras con amor" en la localidad de Usaquén-Bogotá D.C.- Colombia a través de un Clúster Social"

***Obligatorio**

Agradecemos su participación, lo invitamos a diligenciar la encuesta de manera tranquila. Recuerde que no existen respuestas buenas o malas correctas o incorrectas, solo deseamos conocer sobre su emprendimiento y lo que se relaciona con ello.

1. Edad *

Marca solo un óvalo.

- Entre 18 y 30
- Entre 30 y 40
- Entre 40 y 50
- 50 o más

2. ¿Cuál es el Estrato socioeconómico donde vive?

Marca solo un óvalo.

- Estrato 1
- Estrato 2
- Estrato 3
- Estrato 4 o más

3. ¿Cuál es su estado civil?

Marca solo un óvalo.

- Soltero (a)
- Casado (a)
- Separado (a)
- Unión libre
- Divorciado (a)

4. ¿Cuál es su Nivel Educativo?

Marca solo un óvalo.

- Sin estudios
- Únicamente Cursos
- Primaria
- Bachillerato
- Técnico
- Profesional
- Posgrado

5. ¿El emprendimiento que usted desarrolla se relaciona con:? Tome una opción *

Marca solo un óvalo.

- Turismo de Negocios y Eventos
- Industrias Creativas y Contenidos
- Prendas de vestir
- Joyería y Bisutería
- Cuero Calzado y Marroquinería
- Cosméticos
- Comunicación gráfica
- Salud
- Gastronomía
- Música
- Logística y transporte
- Otra

6. Si su respuesta fue otra por favor defina cual ?

7. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando su emprendimiento? *

Marca solo un óvalo.

- 6 meses o menos
- 6 meses a 12 meses
- 1 a 2 años
- 2 a 3 años
- 3 a 4 años
- 4 años o más

8. ¿Es su emprendimiento la actividad económica principal? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

9. Cuántas horas invierte aproximadamente en su emprendimiento al día ? *
(capacitaciones, producción, ventas, suministro de materia prima)

Marca solo un óvalo.

- 2 horas
- 4 horas
- 6 horas
- 8 horas
- Mas de 8 horas

10. ¿Su economía personal depende solo de los ingresos del emprendimiento? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

11. ¿Cuáles son los ingresos mensuales aproximados de su emprendimiento? *

Marca solo un óvalo.

- Menor a 500.000
 Entre 500.000 a 800.000
 Entre 800.000 a 1.200.000
 1.200.000 o más

12. Considera que los ingresos mensuales del emprendimiento son suficiente para la sostenibilidad del negocio y de su independencia económica ? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

13. Dando por cumplido que cuando inició su actividad productiva, se encontraba en un alto grado de motivación siendo este 10 , en que número de 1 a 10 se encuentra su motivación para continuar con el emprendimiento ? Por favor escriba un numero del 1 al 10...

14. Ha recibido capacitaciones?(financieras, administrativas, otras..) Si su respuesta es sí ¿Qué aspectos considera relevantes para mejorar?

15. ¿Le gustaría recibir apoyo interinstitucional para fortalecer su emprendimiento? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

16. Conoce alguna herramienta contable para el manejo de créditos blandos (créditos a largo plazo y con bajo interés) a clientes ?

Marca solo un óvalo.

Si

No

17. Si la respuesta anterior fue Si, por favor explique cual ?

18. Ha sufrido violencia económica ?. Entendida como que el jefe del hogar evita o restringe que usted administre sus propios recursos o los del hogar... *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

19. ¿Usted ha recibido algún tipo de acompañamiento por parte de alguna institución pública o privada para el desarrollo de su emprendimiento (educación , recursos) ? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

20. Ha recibido capacitaciones en TIC (Tecnología, Información y Comunicación)?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

21. Su emprendimiento es innovador o produce bienes o servicios innovadores ? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

22. ¿Ha escuchado hablar sobre Clúster? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

23. Esta interesado (a) en hacer parte de un Cluster Social productivo, entendiéndose éste como: "la aglomeración de actividades socialmente productivas en una región determinada en especial vulnerable, con apoyo de instituciones académicas como universidades o institutos de investigación y entidades de apoyo gubernamentales como la alcaldía local de Usaquén, la secretaria distrital de desarrollo económico y secretaria distrital de integración social, entre otros

Marca solo un óvalo.

Sí

No

24. Siente que su emprendimiento es exitoso, o por el contrario siente que no ha cumplido con el propósito para el cual se creó?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

25. Por qué?

Anexo 2 Formato de Entrevista semiestructurada

Entrevista Semiestructurada para Instituciones

Esta encuesta se realiza con el fin del estudio sobre proyecto integrador: "Redes y alianzas para mitigar el fracaso de microemprendimientos y actividades productivas en la etapa base de las mujeres participantes en el colectivo "emprendedoras con amor" en la localidad de Usaquén-Bogotá D.C.- Colombia a través del Cluster Social"

*Obligatorio

Agradecemos su participación, lo invitamos a tener este tiempo para responder cada una de las preguntas de manera libre. Recuerde que no existen respuestas buenas o malas correctas o incorrectas, solo deseamos conocer sobre su aporte como Institución al Cluster Social.

1. Nombre de la Institución y/o Entidad *

2. ¿Qué cargo desempeña ? *

3. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando el cargo? *

Marca solo un óvalo.

- menos de 6 meses
- Entre 6 mes y un año
- Entre 1 y 2 años
- Ente 2 y 3 años
- Tres años o mas

4. ¿Usted sabe que es un Cluster Social? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

5. Describa en sus palabras lo que entiende por Cluster *

6. Si definimos un Clúster social como la aglomeración de emprendedores(as) en condición de vulnerabilidad dedicadas a las misma o similar actividad productiva en una región determinada, con apoyo y participación de academia (universidades o institutos de investigación), y entidades publicas (alcaldías, secretarías y otras) y entidades de apoyo (cámara de comercio, banca, y otros). ¿Cuál considera que podría ser la oferta institucional de su entidad en dicho Cluster Social? *

7. Estaría dispuesto a formar parte integral de una gobernanza clúster social(a manera de junta directiva) con reuniones periódicas y bajo el informe de un Clúster Manager (Gerente) *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

8. Que entidades específicamente considera podrían estar dispuestas a participar en una estrategia integral para prevenir el fracaso de microemprendimientos de mujeres ? *

9. ¿Cree usted que su entidad estaría interesada en participar en un Cluster que ayude a superar la pobreza a personas emprendedoras en estado vulnerable participando activamente ? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

10. Si su respuesta es 'Sí', explique. *

11. Si conoce programas o proyectos de su institución u otra institución que busquen mitigar el fracaso de microemprendimientos le invitamos a mencionarlos a continuación y/o a cargar dichos planes. ESTO NOS PERMITIRÁ CONOCER MEJOR LAS CAPACIDADES DE CADA INSTITUCIÓN DEDICADA A LA LABOR.

Archivos enviados:

12. Si conoce programas o proyectos de su institución u otra institución que busquen mitigar el fracaso de microemprendimientos le invitamos a mencionarlos a continuación y/o a cargar dichos planes. ESTO NOS PERMITIRÁ CONOCER MEJOR LAS CAPACIDADES DE CADA INSTITUCIÓN DEDICADA A LA LABOR. *

Anexo 3 Registro Fotográfico

