



LAB EMPRENDE DIVERSO: LGBTIQ+ UPZ LOS LIBERTADORES

Autores

Laura Fernanda García Rodríguez (Bogotá D.C)

Carlos Mario Muñoz Sánchez (Bogotá D.C)

Directores

Rubiela Gómez Gómez

Luis Enrique Izquierdo

Título a obtener

Especialista en Gerencia y Gestión Cultural

Escuela de Ciencias Humanas

Especialización en Gerencia y Gestión Cultural

Universidad del Rosario

Bogotá, Colombia

2023

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	4
INTRODUCCIÓN	7
IDENTIFICACIÓN PROBLEMA CULTURAL	9
Figura 1:.....	9
<i>Tasa de desempleo 23 ciudades y áreas metropolitanas Enero- marzo 2023</i>	9
Imagen 1:	10
<i>Localidad de San Cristóbal</i>	10
Tabla 1:.....	11
Empresas matriculadas y renovadas en iniciativas de clúster de la CCB	11
Imagen 2:	13
Mapa 01. Distritos creativos.	13
Tabla 2:.....	14
Equipamientos y Espacios Culturales de San Cristóbal 2020.....	14
Imagen 3:	15
Tasa de crecimiento del valor Agregado de la Economía Cultural y Creativa en Bogotá en el total del PIB de Bogotá 2014-2021pr	15
Figura 2:.....	18
Árbol de problemas.....	18
ANTECEDES	19
OBJETIVOS DEL PROYECTO	23
MARCO TEORICO	24
1.1.LGBTIQ+ (Lesbianas, gays, bisexuales, transgeneristas, intersexuales y Queers)	24
1.2 UNIDADES DE PLANEAMIENTO ZONAL (UPZ).....	25
1.3 DISTRITO CREATIVO	26
1.4 EMPRENDIMIENTO	26
1.5 EMPRENDIMIENTO CULTURAL	27
1.5.1 ¿Qué es el Emprendimiento Cultural?	27
Tabla 3:.....	28
Reporte de política Públicas a nivel nacional e internacional.....	28
1.6 ¿QUÉ ES UN EMPRENDIMIENTO CULTURAL LGBTIQ+?	28
1.7 CADENAS DE VALOR	29
Imagen 4:	29
Cadena de valor de las Industrias Creativas y Culturales	29
1.8 IDEA DE NEGOCIO.....	30
MARCO REFERENCIAL.....	31
METODOLOGÍA.....	34
Tabla 4:.....	34

Ruta metodología proyecto: Lab Emprende Diverso: LGBTIQ+ UPZ los libertadores	34
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	35
Tabla 5:	35
metodología de diseño y creatividad practica (<i>Desing thinking</i>).....	35
Tabla 6:	36
Contenidos módulos Lab Emprende diverso.....	36
MODELO DE GESTIÓN.....	38
1. ESTRATEGIA COMUNICATIVA	38
Tabla 7:	39
Términos y requisitos de convocatoria	39
2. ESTRATEGIA POLÍTICA	40
3. ESTRATEGIA ECONÓMICA	41
4. ESTRATEGIA EDUCATIVA	42
Imagen 5:	43
Etapas de la metodología de diseño y creatividad práctica (<i>Desing thinking</i>).	43
CRONOGRAMA	44
INDICADORES	45
PRESUPUESTO.....	45
CONCLUSIONES.....	49
REFERENCIAS	50

RESUMEN EJECUTIVO

TITULO	LAB EMPRENDE DIVERSO: LGBTIQ+ UPZ LOS LIBERTADORES
EQUIPO	<p>Laura Fernanda García Rodríguez (Bogotá D.C) Carlos Mario Muñoz Sánchez (Bogotá D.C)</p>
CONTEXTO GEOGRÁFICO	<p>Bogotá D.C, Localidad cuarta de San Cristóbal, UPZ los Libertadores</p>
BENEFICIARIOS	<p>Emprendedores LGBTIQ+ culturales y creativos de la localidad cuarta de San Cristóbal - UPZ los Libertadores.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>Caracterizar emprendimientos del sector social LGBTIQ+ culturales, posteriormente, implementar un laboratorio de co-creación y co-diseño bajo la metodología <i>desing thinking</i>, por medio de la cual se desarrollaran procesos de innovación e identificación de necesidades y resolución de problemas. Finalmente, como medio de socialización de los emprendimientos culturales se diseñará la primera versión de la feria Lab Emprende Diverso.</p>
JUSTIFICACIÓN	<p>El Ministerio de la cultura, a través de sus artículos 17 y 18 ordena que tanto el Ministerio de Cultura como las entidades territoriales favorezcan la creación de estímulos para el fomento de las expresiones artísticas, promoviendo la creación, la actividad artística y cultural, y demás manifestaciones simbólicas expresivas, como elemento de diálogo, intercambio y participación. Por otro lado, frente al escenario distrital y nacional de emprendimiento, la Ley 1834 de 2017 (o Ley Naranja), indica que las industrias creativas que comprenden los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter</p>

cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor.

La Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (2022) en el reporte Cultura y creatividad en la economía bogotana: Informe de gestión de la Dirección de Economía, Estudios y Política 2016-2022, señala que hay doce (12) polígonos culturales en Bogotá D.C, sin embargo, no se identifican las UPZ's ni la localidad de San Cristóbal. Es decir, ni la localidad ni las UPZ se encuentran inmersos en los Distritos Creativos (Decreto Distrital 280 de 2020). Esto es, la no priorización en la construcción de políticas públicas en temas creativos para la localidad. Así, por ejemplo, la proyección de Distritos Creativos ha contribuido en el desarrollo económico sostenible en cuanto actividades culturales y creativas, por su formación de escenarios idóneos que fortalecen procesos sociales.

Por otro lado, los Equipamientos y Espacios Culturales de la localidad en relación con el número de habitantes son escasos. Esto es, 28 espacios culturales (espacios arquitectónicos y públicos) en relación con la población total de San Cristóbal es de 14,357 habitantes por equipamiento y espacio cultural. No obstante, estos espacios y equipamientos no solo serán entendidos como espacios no arquitectónicos, si no como espacios itinerantes donde la comunidad vive la cultura, pueden ser parques, salones comunales, espacios privados, plazoleta del portal 20 de julio, colegios, entre otros.

Las acciones de Lab Emprende Diverso están encaminadas al cumplimiento y fortalecimiento de las leyes internacionales y nacionales sobre la cultura y el emprendimiento. Más claramente, impulsar programas que dinamicen la innovación y creación de emprendimientos proyectados por la cámara de comercio sobre las Empresas matriculadas y renovadas en iniciativas de clúster de la CCB de la localidad de San Cristóbal. Asimismo, utilizar los espacios no convencionales y resignificar los espacios tradicionales de la localidad en pro de la diversidad bajo la metodología de *design Thinking*.

Finalmente, la población impactada será el sector de emprendedores culturales LGBTIQ+ de la localidad,

	<p>específicamente, la UPZ los libertadores mediante el ejercicio de co-creación y co-diseño (laboratorio de emprendimiento) y la socialización de bienes y productos a través de la feria Lab Emprende Diverso.</p>
<p>OBJETIVO GENERAL</p>	<p>Crear un laboratorio de emprendimientos culturales y creativos para el sector social LGBTIQ+ de la UPZ Libertadores de la localidad de San Cristóbal.</p>
<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p>	<p>Caracterizar el grupo de emprendedores culturales y creativos LGBTIQ+ de la UPZ Libertadores.</p> <p>Establecer un espacio de co-creación, co-diseño y comunicación para los emprendedores culturales y creativos LGBTIQ+ de la UPZ los libertadores.</p> <p>Otorgar herramientas de formación, creación, legalización, visibilización y circulación de bienes y servicios culturales creativos de los emprendedores LGBTIQ+.</p>
<p>DURACIÓN</p>	<p>6 meses</p>
<p>PRESUPUESTO</p>	<p>\$69.525.651 COP</p>

INTRODUCCIÓN

La situación de desempleo a nivel nacional según el DANE (2023) fue del 12,3 % para ciudades y áreas metropolitanas, en particular, la capital del país se encontró sobre la media nacional, es decir, el nivel de desempleo a marzo del 2023 se ubicó en el 12,6%. No obstante, las diferentes políticas públicas de orden nacional que fomentan los sectores de la economía creativa, como la Ley 1834 de 2017 (o Ley Naranja), y los mandatos del Ministerio de la cultura, a través de sus artículos 17 y 18. Adicionalmente, el impacto en la economía del sector cultural según el Diagnóstico Económico del Sector Cultural y Creativo, de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (2023) creció en “13,7%* 11 entre 2020p y 2021pr. Es importante resaltar que el crecimiento de las actividades del sector Cultural y Creativo (13,7%*) entre 2020p y 2021pr sobrepasó la tasa de crecimiento del PIB Bogotá (10,6%*)” (p.8).

El desempleo en la localidad de San Cristóbal según el DANE para el 2021 fue del 17,6%. Sin embargo, la localidad, cuenta con clústeres en áreas específicas de la económica cultural y creativa, así, por ejemplo, la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) 2020 señala que San Cristóbal cuenta con clústeres en cuero, calzado y marroquinería, gastronomía, industrias creativas y de contenido, joyería y bisutería, y prendas de vestir, etc. En contraste, se percibe como característica entre los emprendimientos culturales niveles de formalidad e informalidad. Por lo tanto, se convierte en un reto realizar la caracterización e identificación de la economía creativa de la localidad y de los diversos sectores poblacionales que lo conforman, en particular, el sector social LGBTIQ+.

En la localidad, se estima que el “0.03% de la población se declaró homosexual (135), el 0.02% bisexual (94), el 68.45% heterosexual (281.877) y el 0.21% no sabe o no responde (851). El total de personas mayores de edad fue 282.956” (Secretaría Distrital de Planeación, 2017, p.7). De ahí que, la situación del sector social LGBTIQ+ según el Índice de Inclusión Social (IIS) del 2014 fue el siguiente: “en la localidad de San Cristóbal el 15% de personas (jefes de hogar) consideró que las condiciones que las condiciones de igualdad de oportunidades para los grupos LGBT han empeorado, el 35% opina que son iguales y para el 20% que han mejorado” (Secretaría Distrital de Planeación, 2017, p.12). A nivel distrital, según el diagnóstico y recomendaciones para la inclusión laboral de los Sectores Sociales LGBTIQ+ (Secretaría Distrital de Planeación, s/f):

para muchas personas es difícil llegar a las primeras etapas de un proceso de vinculación laboral debido a que los procesos de selección tienen prejuicios y prácticas discriminatorias y de otro, si las personas logran superar esa barrera y se enganchan a un empleo, se ven enfrentadas a prácticas discriminatorias por parte de sus pares, supervisores y directivas que afectan la permanencia en el empleo (p.67).

Por consiguiente, el proyecto Lab Emprende Diverso: LGBTIQ+ UPZ los libertadores, busca crear un laboratorio de emprendimientos culturales y creativos para el sector social LGBTIQ+ de la UPZ Libertadores de la localidad de San Cristóbal. Para la realización de este proyecto se empeará una metodología holística, es decir, establecer el estudio de todas las partes incluyendo actores, agentes y procesos que intervienen en una situación y contexto.

IDENTIFICACIÓN PROBLEMA CULTURAL

La tasa de desempleo en Colombia según la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) (2023) durante el trimestre enero – marzo de 2023 fue del 11,7% y la tasa de ocupación fue del 56,4% para el mismo trimestre. No obstante, los porcentajes en las tasas de desempleo y ocupación varían dependiendo de las ciudades y áreas metropolitanas. En particular, la GEIH (2023) ubica a la capital del país con una tasa del 12,6% de desempleo, por consiguiente, Bogotá D.C ocupa el puesto once (11) de las veintitrés (23) ciudades y áreas metropolitanas de Colombia.

Figura 1:

Tasa de desempleo 23 ciudades y áreas metropolitanas Enero- marzo 2023



Tomado de *Boletín Técnico: Gran Encuesta Integrada de Hogares. Marzo 2023* (P.9), por DANE, GEIH, 2023.

En la figura 1 se puede observar la tasa de desempleo de todas las ciudades y áreas metropolitanas de Colombia. El boletín permite identificar que Bogotá D.C está por encima el promedio nacional del desempleo en las ciudades y áreas metropolitanas, es decir, la tasa de desempleo a nivel nacional en las capitales y áreas metropolitanas en Colombia es del 12,3% mientras que Bogotá tiene una tasa de desempleo del 12,6%.

Por otro lado, el GEIH indica que las actividades económicas que aportaron al crecimiento económico son: “actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos (1,2 puntos porcentuales); seguido de Alojamiento y servicios de comida (0,9 puntos porcentuales) y Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana (0,9 puntos porcentuales)” (GEIH, 2023, p.7).

Para efectos del proyecto, al indagar sobre la situación de desempleo y ocupación de Bogotá se ahondará en la localidad cuarta de San Cristóbal, ubicada al suroriente de la ciudad conformada por cinco (5) Unidades de Planeamiento Zonal (UPZ): San Blas (32), Sosiego (33), 20 de Julio (34), La Gloria (50) y Los Libertadores (51), de estas cinco (5) UPZ. Adicionalmente, según Integración Social la localidad tiene un total de 401,997 habitantes en el 2021. En particular, se identificó que los agentes que hacen parte de la economía cultural y creativa de la localidad presentan una debilidad en formación de competencias emprendedoras y empresariales, lo que afecta el desarrollo y sostenibilidad de sus proyectos.

Imagen 1:

Localidad de San Cristóbal



Tomado de Dirección de Análisis de Diseño Estratégico. *Diagnóstico Local de San Cristóbal 2022*, p.2

La tasa de desempleo de la localidad de San Cristóbal según la Encuesta Multipropósito (EM) del DANE para el 2021 fue del 17,6%, posicionándose en el segundo puesto a nivel distrital con mayor porcentaje de desempleo. Por otro lado, de acuerdo con el anexo de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico 2020:

la localidad cuenta con 140 empresas legalmente constituidas de las cuales 138 son microempresas y tan solo 2 pequeñas empresas. La principal actividad es la de comercio al por menor (incluso el comercio al por menor de combustibles), excepto el de vehículos automotores y motocicletas (108 empresas), Actividades especializadas para la construcción de edificios y obras de ingeniería civil (26) y actividades de juegos de azar y apuestas (6). Por su parte, la informalidad en la localidad tiene un promedio en general de 51,5%.

Por otro lado, la localidad también cuenta con clústeres en áreas específicas de la económica cultural y creativa, así, por ejemplo, la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) 2020 señala que San Cristóbal cuenta con clústeres en cuero, calzado y marroquinería, gastronomía, industrias creativas y de contenido, joyería y bisutería, y prendas de vestir, etc. Adicionalmente, la proyección de la localidad se encuentra dada bajo la Estrategia de Especialización Inteligente, EEI, como Bogotá Región Creativa.

Tabla 1:

Empresas matriculadas y renovadas en iniciativas de clúster de la CCB.

Localidad	Comunicación Gráfica	Construcción	Cosméticos	Cuero, calzado y marroquinería	Energía eléctrica	Farmacéuticos	Gastronomía	Industrias creativas y de contenidos	Joyería y bisutería	Lácteo	Logística	Música	Prendas de vestir	Salud	Sector financiero	Software & IT	Turismo de negocios y eventos	Total
Antonio Nariño	155	528	7	867	221	120	326	100	11	15	109	20	912	66	26	72	75	3.630
Barrios Unidos	746	4.160	49	170	1.550	609	1.384	815	54	79	504	124	1.058	511	228	1.017	425	13.483
Bosa	675	3.165	57	256	1.120	725	1.478	376	43	159	761	80	1.412	291	102	577	298	11.575
Candelaria	84	273	4	31	63	42	179	45	99	6	63	5	194	15	27	41	78	1.249
Chapinero	459	6.223	20	165	1.789	575	1.112	1.048	70	55	463	182	900	924	1.035	1.502	612	17.134
Ciudad Bolívar	371	2.050	23	280	598	452	941	173	37	117	427	55	1.159	129	53	239	177	7.281
Engativá	1.170	5.578	106	568	2.342	1.224	2.285	1.006	105	207	933	180	2.718	674	314	1.371	717	21.498
Fontibón	365	2.205	49	126	955	411	876	330	53	48	858	76	732	235	202	652	348	8.521
Kennedy	908	5.668	112	405	2.140	1.051	2.224	818	74	227	1.048	164	2.366	568	382	1.188	677	20.020
Los Mártires	640	2.213	25	357	585	372	680	282	30	59	302	28	1.121	124	71	195	186	7.270
Puente Aranda	813	3.283	79	311	1.157	643	1.179	492	50	110	753	88	2.209	331	363	631	363	12.855
Rafael Uribe	412	1.889	41	468	540	418	913	155	35	111	332	59	1.149	161	39	211	148	7.081
San Cristóbal	316	1.519	21	185	464	327	784	160	32	83	296	50	918	141	49	226	145	5.716
Santa Fe	528	2.421	14	215	663	346	1.001	316	213	40	435	74	2.184	193	541	426	318	9.928
Suba	1.064	7.750	74	385	3.097	1.240	2.722	1.263	131	222	1.102	249	2.029	1.041	473	1.994	848	25.684
Teusaquillo	557	2.892	33	133	1.347	504	1.196	649	73	62	446	146	771	604	244	861	556	11.074
Tunjuelito	144	750	28	636	237	167	361	65	15	57	161	22	546	60	21	75	67	3.412
Usaquén	748	7.093	48	220	2.260	845	1.647	1.155	106	108	692	184	1.259	1.040	803	1.647	685	20.540
Usme	542	1.661	26	154	553	344	711	335	16	52	238	34	726	107	76	209	118	5.902
No informa	1.648	9.866	132	833	2.591	1.852	5.746	772	123	764	2.470	209	3.959	1.036	467	996	1.342	34.806
Total	12.345	71.187	948	6.765	24.272	12.267	27.745	10.355	1.370	2.581	12.393	2.029	28.322	8.251	5.516	14.130	8.183	248.659

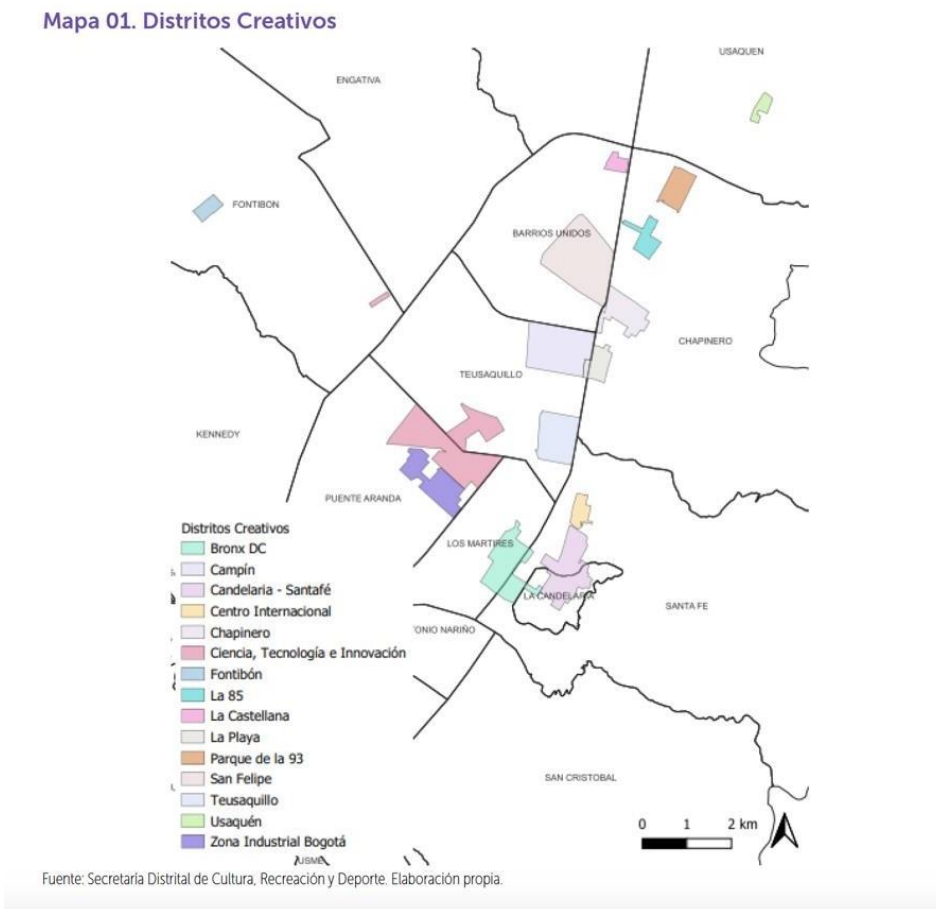
Tomado de Registro Mercantil de la CCB, 2019.

En este sentido y con la reapertura económica progresiva del 2021 en la localidad se reabrieron los emprendimientos tempranos con ajustes a los parámetros de la nueva normalidad que impuso la pandemia, con menos trabajadores y con nuevas estrategias gerenciales. En la localidad los emprendimientos culturales y creativos existentes requieren ser fortalecidos en capacidades y/o habilidades, los cuales contribuyan a la reactivación de la economía local, la recuperación del tejido económico, a la transformación productiva, disminuyendo los niveles de pobreza de la población.

En particular, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (2022) en el reporte Cultura y creatividad en la economía bogotana: Informe de gestión de la Dirección de Economía, Estudios y Política 2016-2022, señala que hay doce (12) polígonos culturales en Bogotá D.C, sin embargo, no se identifican las UPZ's ni la localidad de San Cristóbal. Es decir, ni la localidad ni las UPZ se encuentran inmersos en los Distritos Creativos (Decreto Distrital 280 de 2020). Esto es, la no priorización en la construcción de políticas públicas en temas creativos para la localidad. Así, por ejemplo, la proyección de Distritos Creativos ha contribuido en el desarrollo económico sostenible en cuanto actividades culturales y creativas, por su formación de escenarios idóneos que fortalecen procesos sociales. Por consiguiente, pese a que San Cristóbal registra proyección de crecimiento de clúster artísticos y culturales, como turismo, gastronomía, manufactura, y artesanías no se encuentra determinado como una de las localidades y/o UPZ's de los espacios geográficamente delimitados denominados Distritos Creativos.

Imagen 2:

Mapa 01. Distritos creativos.



Tomado de Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte 2022, p.10

Por otro lado, mantenido la línea entre los espacios geográficamente delimitados y la infraestructura cultural arquitectónica caracterizada por el distrito existen espacios formales como los Museos, Bibliotecas públicas, teatros, auditorios, NIDOS, centros culturales, centros orquestales y paraderos de libros; Sinembargo, hay espacios informales (la base cultural) como las bibliotecas comunitarias, parques públicos, salones comunales, juntas de acción comunal, espacios privados, la plazoleta del portal 20 de julio, colegios, entre otros. Es decir, a nivel distrito (formal) hay 28 Equipamientos y Espacios Culturales, no obstante, no hay una caracterización de los espacios informales o espacios que se han resignificado para uso cultural y creativo.

Tabla 2:

Equipamientos y Espacios Culturales de San Cristóbal 2020.

UPZ	Biblioteca comunitaria	Biblioteca pública	Teatro / Auditorio	NIDOS	Museo	Centro cultural	Centro orquestal	Paradero de libros
San Blas	2	0	0	0	0	0	0	1
Los Libertadores	8	0	1	0	0	0	0	0
Sosiego	2	0	0	0	1	1	1	2
20 de julio	0	1	1	0	0	0	0	1
La Gloria	3	1	0	1	0	0	0	1
Total	15	2	2	1	1	1	1	5

Tomado de elaboración propia con base de Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.

Por consiguiente, la proporción de oferta de los 28 espacios culturales en relación con la población total de San Cristóbal es de 14,357 habitantes por equipamiento y espacio, es decir, los espacios culturales de la localidad son escasos para la demanda de la población. En contraste, al realizar la misma proporción con la población de 68,789 habitantes de la UPZ los libertadores se encontró que la relación de espacios culturales, 9 en total, en relación a la población es de 7,643 habitantes por equipamiento. Nuevamente, es posible señalar que son escasos para la cantidad de habitantes.

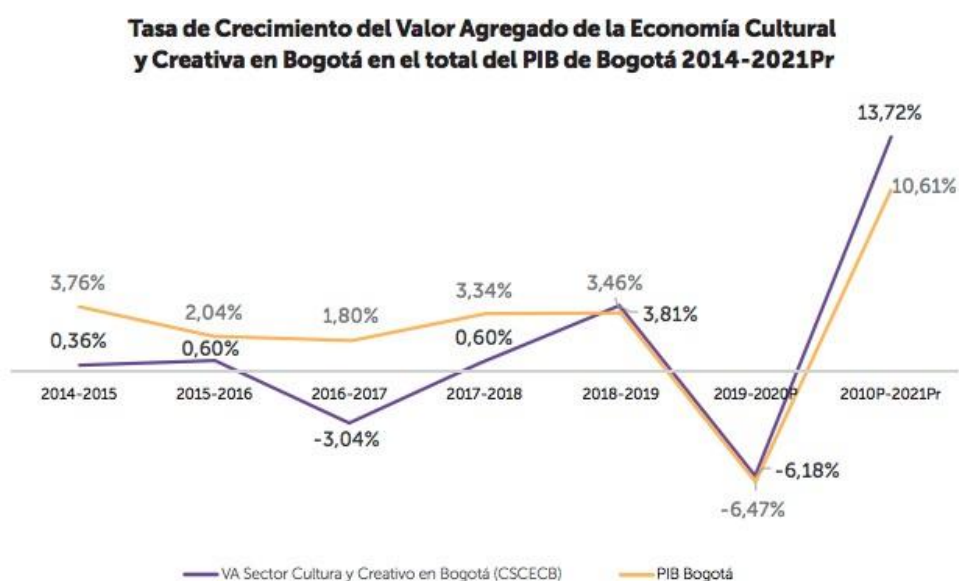
No obstante, con el fin de promover entornos propicios para el desarrollo económico y cultural se deben fomentar espacios idóneos para las prácticas culturales que denotan mayor crecimiento en el sector. Por ejemplo, el programa que ha venido realizando Aldea Cultural y Creativa en el marco del convenio entre SCR D e iNNpuls a Colombia, entre los años 2020 y 2021, cuyo objetivo busca:

impulsar el crecimiento económico con la generación de empleo, ingresos, ventas y su expansión nacional e internacional, a través de los siguientes cinco puntos: (i) Diagnóstico de los emprendimientos; (ii) Bootcamps (cursos intensivos con sesiones reducidas y un temario muy concentrado); (iii) Asesorías especializadas; (iv) Consultoría transversal; (v) Acompañamiento “Uno a uno” para los 40 beneficiarios más destacados (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2022, p.37).

Los beneficios más relevantes de la ejecución del programa son, aumento de ventas en 2.3 veces, mejora en la utilidad e incremento de por lo menos de un personal contratado por empresa. Tal cual refleja la tabla de crecimiento del sector en la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Creativa de Bogotá 2022.

Imagen 3:

Tasa de crecimiento del valor Agregado de la Economía Cultural y Creativa en Bogotá en el total del PIB de Bogotá 2014-2021pr



Tomado de Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte 2022, p.8

Estos nuevos esfuerzos de aunar la cultura en la localidad son realizados por emprendedores, es decir, “aquellos que generan transformación y promueven el cambio tecnológico, al buscar soluciones a las situaciones de desequilibrio en el mercado” (Mary et al., 2021, p.19). Adicionalmente, un emprendedor analiza y comprende que “una sucesión de desequilibrios y equilibrios, donde nacen nuevas empresas más competitivas y mueren otras que no lo son (destrucción creativa) generando innovaciones que mejoran la eficiencia de los mercados” (Mary et al., 2021, p.19). Sin embargo, ¿cómo se puede ver reflejado estas sucesiones en el mercado de la cultura? Es decir, ¿Hay emprendedores culturales (formales e informales) que estén analizando y revisando la sucesión de equilibrio y desequilibrios en el mercado cultural (proceso de ideación, arranque, consolidación y expansión)?

Los interrogantes planteados obligan a conocer la definición de emprendimientos culturales, el cual deriva de conceptos conjuntos como son: cultura, emprendedor y emprendimiento, y se define como el desarrollo de proyectos por parte de emprendedores, en miras de promover negocios, bienes y/o servicios, potencializando las cadenas de valor, adicionalmente, identificando las necesidades y/o beneficios que puedan aportar a la comunidad que gira entorno de las industrias culturales.

A partir del proceso de formulación de las iniciativas ciudadanas del año 2020, bajo la meta del plan de desarrollo de “Apoyar 600 MiPymes y/o emprendimientos culturales y creativos”, se identificó que esta servirá como apoyo en la caracterización e identificación de los emprendedores creativos y culturales de la localidad, y sus cadenas de valor. Es así como personas jurídicas, agrupaciones y personas naturales, del sector cultural y creativo obtendrán habilidades empresariales, unificando un tejido empresarial sostenible y próspero que aporten al desarrollo económico cultural de la localidad cuarta. Sin embargo, si bien la meta apoya los emprendimientos culturales, esta última no señala a todos los sectores diferenciales. Siendo el caso del sector social LGBTIQ+¹ de la localidad.

Tras analizar la Encuesta Multipropósito 2021, que tiene como objetivo “obtener información sobre aspectos sociales, económicos y de entorno de los hogares y habitantes de Bogotá y la región” (Generalidades Encuesta Multipropósito, Secretaría Distrital de Planeación, s/f). se encontró lo siguiente sobre la situación de los derechos del sector social LGBTIQ+ de la localidad:

el 12,2% de las y los bogotanos han visto a alguien ser víctima de discriminación por su orientación sexual, en tanto, para el año 2017 este porcentaje disminuyó a 10,9%. Con respecto a las variaciones de 2014 a 2017 la localidad de San Cristóbal incrementó ese porcentaje de discriminación en 1,1 puntos porcentuales. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2018) Informe Bianual de la Política Pública LGBTI 2017-2018 15 Sectores de la Administración Distrital.

Por consiguiente, si el emprendimiento busca mejorar la eficiencia de los mercados, este último no debe dejar de lado a la sociedad y su diversidad. Es decir, el emprendimiento debe generar cambios sociales y mejoras en la vida de las personas y en particular de los sectores más vulnerables.

¹ LGBTIQ+ hace referencia a Lesbianas, gays, bisexuales, transgeneristas (travestis, transformistas y transexuales), Intersexuales y genero queer.

No obstante, ¿Es posible que el emprendimiento cultural pueda mejorar la calidad de vida del sector social LGBTIQ+ de la localidad? ¿Hay emprendimientos culturales del sector LGBTIQ+ en la localidad? ¿Cómo podría ser un emprendimiento LGBTIQ+ en la localidad? Los interrogantes planteados buscan darle un enfoque a las necesidades del sector social LGBTIQ+ de la localidad.

Para tal fin se realizó una entrevista semiestructurada al activista de la Mesa local LGBTI de San Cristóbal, Leonardo Fabio Ordóñez quien señala el surgimiento de este espacio comunitario por la falta de acceso a la salud, vida digna y empleabilidad hacia este sector social para mejorar la calidad de vida. Así mismo, Ordóñez indica que por falta de acompañamiento distrital no hay un apoyo a los emprendimientos informales de las personas LGBTIQ+ de la localidad. Sin embargo, existen iniciativas que si bien no son categorizadas como emprendimientos culturales LGBTIQ+ sí trabajan temas culturales como teatro y danza.

Por otro lado, Felipe Cárdenas, presidente de la Cámara de la Diversidad: señala que: “un emprendimiento LGBT, según la categorización internacional de negocios minoritarios, es una iniciativa de negocio en camino de formalización empresarial que está conformada por 1 o más personas que tendrían más de 51% de propiedad de dicha iniciativa (que una vez formalizada se refleja en ese porcentaje mayoritario de acciones de propiedad de la empresa fundada)”. Adicionalmente, Cárdenas afirma que: “Un emprendimiento LGBT no es diferente a los demás en su definición de modelo de negocio y/o de operación del mismo, es una iniciativa en camino de formalización con un “enfoque diferencial” en negocios de propiedad de un/os miembro/s de un grupo social minoritario, en este caso de personas Sexualmente Diversas”. En cualquier caso, ambos entrevistados fueron consultados sobre emprendimientos culturales LGBTIQ+, sin embargo, ambas respuestas arrojaron ideas disímiles, es decir, dentro del sector social aún no hay un acuerdo sobre este tipo de emprendimientos.

Finalmente, después de hacer una revisión sobre la situación de ocupación y desempleo a nivel distrital y de la localidad de San Cristóbal; de las diferentes carencias de espacios y equipamientos culturales de la localidad; de la situación actual que viven los sectores sociales LGBTIQ+ de la localidad y la UPZ de los libertadores, y las diversas aproximaciones que puede tener un emprendimiento LGBTIQ+ cultural; se propone el siguiente árbol de problemas:

Figura 2:

Árbol de problemas



Elaboración propia

Por lo tanto, entendiendo las problemáticas planteadas en el árbol de problemas, este proyecto busca crear un laboratorio de emprendimientos culturales y creativos para el sector social LGBTQ+ de la UPZ Libertadores de la localidad de San Cristóbal.

ANTECEDENTES

Si bien la propuesta del proyecto Lab emprende diverso: LGBTIQ+ UPZ los libertadores, busca ser innovadora en el sector de emprendimiento cultural, es necesario realizar un rastreo de proyectos similares a nivel nacional e internacional. Es decir, para este apartado se buscará dar respuesta a interrogantes como: ¿Qué proyectos han propuesto una metodología o temática similar? ¿Hay proyectos similares en la localidad? Asimismo, ¿Qué se podría aplicar de los antecedentes encontrados para la formulación, ejecución y desarrollo del proyecto?

En primer lugar, se encontraron algunos casos particulares que trabajan el tema de laboratorios creativos:

Caso 1: Pervasive Media Studio: es una comunidad que alberga más de 100 artistas locales y los entrena en el ámbito creativo abordando enfoques empresarios, robóticos y académicos que exploran el diseño de experiencias y la tecnología creativa. Pervasive creó alianzas estratégicas con Watershed, Universidad de Bristol y UWE Bristol.

Caso 2: Laboratorio de Creatividad e Innovación El Patio: Es un espacio que facilita la gestión de la innovación en la comunidad académica de la UTB mediante dos servicios: el primero enfocado en fortalecer el emprendimiento y el segundo para fortalecer la cultura de innovación.

1. Fortalecer las habilidades de innovación y emprendimiento de los estudiantes.
2. Una nueva forma de enseñanza del emprendimiento y la innovación.
3. Articular las acciones que permitan gestionar la innovación de la universidad.
4. Promover acciones de innovación y emprendimiento entre los actores del ecosistema de innovación de la región

Caso 3: Laboratorios de Innovación y Diseño: El objetivo principal de los Laboratorios de Innovación y Diseño para el desarrollo de la actividad artesanal es articular estratégicamente acciones, actores y recursos locales, en función del desarrollo y la sostenibilidad de la actividad artesanal de las diferentes regiones. Para lograr la implementación de los Laboratorios de Innovación y Diseño, se han realizado alianzas o convenios entre Artesanías de Colombia,

Instituciones locales o regionales, y en ocasiones, organizaciones privadas que poseen la voluntad de realizar aportes de dinero o en especie para lograr el objetivo.

Los Laboratorios de Innovación y Diseño para el desarrollo de la actividad artesanal en cada uno de los departamentos, cuentan con la presencia de un enlace y un gestor quienes monitorean las acciones que se desarrollan.

Caso 4: Dinámico Lab. "Arquitectura Dinámica. Proyectos de creación colectiva": La esencia de este sello es la creatividad, a lo que se suma una red de personas con diferentes conocimientos y emprendimientos que están dispuestas a trabajar colaborativamente y compartir ideas, diseñar-y fabricar productos y espacios temporales. Los productos de diseño de Dinámico Lab se sustentan en la experimentación, en la conexión de personas, conocimientos y herramientas, nuevos materiales y técnicas para hacer objetos no convencionales. Los proyectos concluidos financian los que están en proceso.

Caso 5: Lunes Naranja. Un punto de encuentro para la comunidad naranja: Compartir historias de emprendimientos dio lugar al Lunes Naranja. Proyectos e ideas de negocio, desarrollo personal, arte y economía naranja empezaron con un espacio de YouTube y ahora reciben patrocinio y ofrecen bienes y servicios para emprendedores. Esta iniciativa creada en Barranquilla ha cambiado la idea de que los lunes son aburridos. En los lunes y las Tardes naranja se comparten ideas, experiencias y visiones de oportunidades de mercado. Universidades, medios de comunicación y empresas privadas apoyan esta iniciativa que se realiza los últimos lunes de cada mes, aquí, emprendedores comparten sus experiencias como una forma de transmitir los conocimientos. Los organizadores del lunes naranja financian estos espacios con la venta de boletas y el intercambio colaborativo, además, propician las redes de trabajo e incentivan a los emprendedores a mejorar sus capacidades y métodos para ofrecer sus bienes y servicios.

Los casos mencionados anteriormente involucran desde su *core* espacios de creación y trabajo colaborativo. No obstante, para obtener estos resultados, cada caso plantea diversas estrategias. Así, por ejemplo, las alianzas son claves para el desarrollo de estos espacios, en particular, el caso 1 y 2 involucran a las universidades como aliados para la consolidación de los laboratorios, esto es, generar redes de trabajo colaborativo con universidades, centros académicos, grupos de investigación para el desarrollo conceptual y el *hands-on* de los laboratorios. Así mismo, fuera de los centros académicos hay otros actores que podrían estar interesados en formalizar

una alianza con el proyecto, ya sea a nivel privado o público. Finalmente, estos casos no se desarrollan en barrios vulnerables.

Por otro lado, al revisar casos similares en temas LGBTIQ+ se encontraron dos antecedentes:

Caso 5: Casa LGBTI Diana Navarro: se encuentra localizada en la localidad de Los Mártires, a través de un curso de capacitación a la ciudadanía en habilidades para la confección textil y la manipulación de la máquina plana. Se pretende lograr emprendimientos de extensiones de cabello. Por esta razón, los días martes y jueves, asisten a la Casa LGBTIQ+ con toda la disposición de adquirir los conocimientos que le brinda la Subdirección para Asuntos LGBTIQ+ en alianza con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

Caso 6: La Perla: esta es una experiencia en México que tiene como fin “emprender un club social, cultural y de emprendimiento para el grupo LGBT que busca una inclusión con el resto de la población heterosexual” (Gutiérrez, 2017, p.5). Adicionalmente, este club fomenta “actividades y formas de planear sus vidas, así como de aprender a sociabilizar con gente común a ellos y sus intereses” (Gutiérrez, 2017, p.5).

Los dos casos anteriores son un bosquejo de los que se quiere realizar con este proyecto, esto es, espacios de *networking* donde los emprendedores LGBTIQ+ puedan empezar a relacionarse entre sí para generar alianzas, trabajo colectivo y colaborativo en sectores vulnerables. En otras palabras, se espera que los emprendedores culturales LGBTIQ+ puedan generar habilidades de liderazgo y la promoción de sus derechos ante la UPZ y la localidad por medio de sus emprendimientos culturales.

Finalmente, uno de los productos esperados de este proyecto es la primera Feria Lab. Emprende diverso, por consiguiente, se encontrarán los siguientes casos de ferias en temas culturales.

Caso 7: Festival Colombia al Parque 2022: El Instituto Distrital de las Artes (Idartes) bajo su línea de sostenibilidad del ecosistema Artístico generó un espacio donde “Ocho emprendimientos relacionados con el arte y la cultura colombiana, entre objetos de diseño, artículos medioambientales, ilustraciones, tejidos, pinturas, procesos artesanales y accesorios” (Idartes, 4 de marzo 2022).

Caso 8: FEX Feria Expojuven: la Feria busca que los jóvenes mediante sus emprendimientos creen y transformen ideas para realizar proyectos sostenibles. En particular la feria es

organizada por lo jóvenes “como una oportunidad de potencializar la economía en la región, visibilizando los productos, interactuar con posibles compradores, establecer nuevos contactos, para que los boyacenses se enteren que están haciendo los jóvenes, en que están emprendiendo y cómo van los procesos” (Aranguren, 6 de diciembre de 2022).

Estos dos espacios son similares, pero tiene alguna relación en cuento al tema que trabajan. Es decir, el primer caso es un ejemplo de cómo el distrito, bajo la dirección de Idartes, genera una plataforma para la visibilización de emprendimientos culturales. Por otro lado, la Feria Expojoven se centra en que los propios emprendedores puedan gestionar sus espacios para generar la visibilidad de sus productos. Por consiguiente, el respaldo a la primera feria de Lab. Emprende diverso debe contar con ambos esfuerzos, es decir, se requiere que los y las emprendedores culturales generen alianzas entre ellos y los diversos sectores tanto públicos, como privados para asegurar el apalancamiento de recursos y espacios para la ejecución de la feria.

Finalmente, estos ocho (8) casos muestran experiencias de emprendimientos tempranos o espacios de encuentro y formación en laboratorios de co-creación para el sector social LGBTIQ+ y ejemplos de ferias, sin embargo, a lo que va de este proyecto no fue posible encontrar información de proyectos similares o iguales a nivel Colombia de un laboratorio de emprendimientos culturales y creativos para el sector social LGBTIQ+ en la UPZ los Libertadores ni en la localidad de San Cristóbal. Sin embargo, si fue un recorrido de aprendizajes en cara de mejorar el modelo de gestión de este proyecto.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Con el fin de realizar el proyecto: Lab Emprende Diverso: LGBTIQ+ UPZ los libertadores. Se planteo el siguiente objetivo general:

- Crear un laboratorio de emprendimientos culturales y creativos para el sector social LGBTIQ+ de la UPZ Libertadores de la localidad de San Cristóbal.

Asimismo, con el fin de alcanzar este objetivo se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Caracterizar el grupo de emprendedores culturales y creativos LGBTIQ+ de la UPZ Libertadores.
- Establecer un espacio de co-creación, co-diseño y comunicación para los emprendedores culturales y creativos LGBTIQ+ de la UPZ los libertadores.
- Otorgar herramientas de formación, creación, legalización, visibilización y circulación de bienes y servicios culturales creativos de los emprendedores LGBTIQ+.

MARCO TEORICO

Con el fin de establecer los referentes teóricos del proyecto es necesario segmentar los diferentes conceptos que lo caracterizan, más claramente, identificar las diversas aproximaciones teóricas y conceptuales de: LGBTIQ+, UPZ, emprendimiento, emprendimiento cultural, cadenas de valor, idea de negocio y fortalecimiento empresarial. Por lo tanto, el objetivo de este marco teórico será describir las diversas aproximaciones teóricas de estos conceptos.

1.1.LGBTIQ+ (Lesbianas, gays, bisexuales, transgeneristas, intersexuales y Queers)

Para efectos teóricos de este proyecto es necesario realizar la pregunta ¿Qué es LGBTIQ+?, es decir, cuando se acuña a estas siglas, a qué se está haciendo referencia. En primer lugar, se debe señalar que cada letra hace referencia a una orientación sexual o identidad de género, así por ejemplo:

La L corresponde a las mujeres lesbianas, es decir a aquellas mujeres que su orientación sexual es homosexual; la G corresponde a los hombres gay, es decir, a aquellos hombres cuya orientación sexual es homosexual. La letra B, corresponde al grupo de mujeres y hombres bisexuales, para quienes su orientación sexual está dirigida tanto a hombres como a mujeres. La letra T hace referencia al grupo de personas transgeneristas (travestis, transformistas y transexuales) cuya identidad de género no corresponde a su sexo biológico. Por último, la letra I corresponde a las personas intersexuales, es decir a aquellos seres humanos que por su condición biológica no pueden ser clasificados dentro de la construcción Hombre-Mujer (ICBF, 2021).

No obstante, recientemente se agregó una letra más a las siglas la Q de Queer o “Género queer” “un término general para las personas cuya identidad de género no está incluida o trasciende el binario hombre y mujer” (CIDH, s/f). Es decir, si bien los acrónimos LGBTI cumplen un papel de identificar y caracterizar a un sector social, lo Queer busca expandir aún más el espectro de la identificación en identidad de género y orientación sexual. Por otro lado, el concepto de lo Queer también es utilizado como una teoría que busca caracterizar la vida, los derechos de esta comunidad. En particular, lo Queer se ha vuelto una categoría de estudio para analizar la situación de las personas que hacen parte de las siglas LGBTIQ+, así, por ejemplo,

los estudios queer tienen su origen en un complejo contexto social en Estados Unidos. En primer término, surgen a partir de nuevas teorías sobre la sexualidad (Foucault, 1976; Weeks, 1998); de los descubrimientos sobre la tolerancia a la homosexualidad desde la Antigüedad y hasta la Alta Edad Media de Boswell (1980); de la aparición del artículo de Adrienne Rich (1996) sobre la heterosexualidad obligatoria y la existencia lesbiana; y de las evidencias arqueológicas de comportamientos homosexuales en la Grecia antigua de Dover (1980) (Fonseca, Quintero, 2009).

En otras palabras, si bien existen referentes teóricos sobre lo LGBTI que describen la vida de las personas que se identifican de esta manera, lo Queer ha venido postulando ideas y teorías que completan los estudios LGBTI.

1.2 UNIDADES DE PLANEAMIENTO ZONAL (UPZ)

El enfoque o definición que se otorgará a las Unidades de Planeamiento Zonal (UPZ) será el que estableció la Alcaldía de Bogotá D.C, más claramente, con el fin de “definir el planeamiento urbano respondiendo a las dinámicas productivas de la ciudad e involucrando a los actores sociales en el ordenamiento y control normativo en una escala zonal” (Decreto 190 de 2004, Artículo 49). Se crean las UPZ, por lo tanto, son:

unidades de análisis para comprender el tejido urbano y establecer mejores condiciones de vida de la población. Esto quiere decir que las UPZ les dicen a los expertos cómo funcionan los barrios que tienen una vinculación estrecha y sinergia entre ellos: la estratificación, su comercio, el suelo y sus usos, las viviendas y condiciones de vida de sus habitantes (Decreto 190 de 2004, Artículo 49).

Si bien, la definición que otorga al Alcaldía de Bogotá D.C es la principal, no es la única. Así, por ejemplo, La Unidad Administrativa Especial de Catastro Distrital (UAECD) indica que las UPZ son:

Unidades territoriales conformadas por un barrio o conjunto de barrios, tanto en suelo urbano como en suelo de expansión, que mantienen unidad morfológica o funcional. Estas unidades son un instrumento de planeamiento a escala zonal y vecinal, que condiciona las políticas generales del plan en relación con las particulares de un conjunto de barrios (*Unidades de Planeamiento Zonal -UPZ | Unidad Administrativa Especial de Catastro Distrital, s/f*).

Si bien esta última definición indica una aproximación más geográfica y descriptiva de lo que es una UPZ, los Libertadores también se identifican como una Unidad de Planeamiento Zonal de Mejoramiento Integral. En otras palabras

la UPZ No 51, LOS LIBERTADORES, se rige por el Tratamiento de Mejoramiento Integral, aplicable a los asentamientos de origen informal, que presentan importantes deficiencias en la infraestructura o en el equipamiento urbano. El Tratamiento de mejoramiento Integral precisa de la definición de un conjunto de acciones para mejorar las condiciones del espacio público y privado, así como de la determinación de las normas para las construcciones populares adecuadas a su realidad (Decreto 351 de 2006).

Por lo tanto, los cambios a nivel de desarrollo en obras de infraestructura afectarán la forma en que se desarrolla y se adapta el tejido social y, por ende, la cultura en la UPZ.

1.3 DISTRITO CREATIVO

Según la Alcaldía Mayor de Bogotá (2018) los Distritos Creativos:

“son espacios geográficamente delimitados, en los que convergen la cultura, la creatividad y el emprendimiento, y funcionan como áreas de desarrollo económico, social y cultural consolidando escenarios para la renovación urbana, la generación de empleo, y la creación y producción, distribución, exhibición, comercialización y consumo de bienes y servicios culturales y creativos. (p.284)

1.4 EMPRENDIMIENTO

Dado que el enfoque de este proyecto busca caracterizar emprendimientos es necesario indagar sobre qué es un emprendimiento. Por consiguiente, un primer acercamiento es dado por Pérez (2022):

Definir emprendimiento es hablar de la capacidad de partir de cero para crear un proyecto, una iniciativa o un negocio. A día de hoy, el emprendimiento toma muchas formas y, por eso, puede hablarse de tecno-emprendedores, intraemprendedores, emprendedores sociales, trabajadores autónomos y muchos otros.

Por otro lado, Southern New Hampshire University (2023, como se citó en Uribe y Reinoso, 2013) el emprendimiento es “la forma de hacer las cosas que generalmente no son hechas en el curso ordinario o de la rutina de los negocios, es esencialmente un fenómeno que viene bajo la más amplia acepción de Liderazgo”. Es un proceso dinámico para la creación de riqueza”. Asimismo, para Vesga (s/f) “el emprendimiento es una actitud básica hacia la identificación de oportunidades y la toma de riesgos por parte de los individuos, en organizaciones de todos los tamaños” (p.1).

Finalmente, es posible indicar que el concepto de emprendimiento contiene diferentes ideas que lo conforman, en otras palabras, el liderazgo la innovación, nuevas iniciativas, entre otros son parte de este concepto, pero también requiere un proceso cognitivo para que estas ideas que nacen desde cero puedan seguir creciendo y ser efectivas.

1.5 EMPRENDIMIENTO CULTURAL

Antes de indagar por el concepto del emprendimiento cultural, es necesario establecer preguntas teóricas sobre los antecedentes. Más claramente, ¿Qué es el Emprendimiento Cultural? Por lo tanto, este apartado busca establecer una distinción entre estos conceptos para establecer al emprendimiento cultural como el concepto que dará línea conceptual al objetivo general.

1.5.1 ¿Qué es el Emprendimiento Cultural?

En primer lugar, se establecerá una mirada del concepto mucho más académica. Por consiguiente, según Timarán et al. (2022) señalan que:

se habla de emprendimiento cultural cuando un emprendedor gira en torno a las ICC y desarrolla proyectos donde tenga una participación activa con planes estratégicos y competitivos. El objetivo es aprovechar las diferentes cadenas de valor y producción para generar productos y servicios innovadores, teniendo como premisa la protección de la identidad cultural; este fenómeno ha generado autoempleo y pequeñas empresas colectivas ya que los emprendedores se han convertido en un vínculo entre la economía y la cultura.

Por lo tanto, y bajo esta perspectiva, las cadenas de valor y producción por parte de las Industrias Culturales y Creativas son el centro del emprendimiento cultural, es decir, la

generación de productos y servicios para los consumidores culturales. Por otro lado, la definición que le otorga el Ministerio de Cultura al Emprendimiento cultural es:

“la creación, producción, distribución, circulación y exhibición de bienes y/o servicios culturales y creativos, que conjugan valores simbólicos asociados a la cultura y/o creatividad. Este proceso necesita de marcos legales, estudios sectoriales, análisis cualitativos y cuantitativos; y en general información asociada al sector cultural y creativo, con énfasis en los procesos estructurales del sector” (Emprendimiento cultural y creativo, s/f).

Adicionalmente, el Ministerio de Cultura brinda análisis y reportes de políticas públicas tanto a nivel nacional como internacional que toman como referencia al emprendimiento cultural como un generador de valor en la sociedad:

Tabla 3:

Reporte de política Públicas a nivel nacional e internacional

Nacional	Internacional
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Segundo reporte periódico de Colombia ante la Convención 2005 de UNESCO.</i> • <i>Set de indicadores de capacidades territoriales para la economía naranja.</i> • <i>Índices de capacidad territorial para la Economía Cultural y Creativa.</i> • <i>Documento de recomendaciones para la elaboración de la política de internacionalización de la música.</i> • <i>Estrategias de fomento de relaciones intersectoriales</i> • <i>Informe de Colombia sobre la convención 2005 ante la UNESCO.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Política para el emprendimiento y las industrias culturales. • Intermediarios Culturales en las Cadenas de Producción de las industrias culturales. • Re-Shaping Cultural Policies: Advancing creativity for development

Elaboración propia.

1.6 ¿QUÉ ES UN EMPRENDIMIENTO CULTURAL LGBTIQ+?

Para efectos de este proyecto se entenderá por un emprendimiento cultural LGBTIQ+ cuando uno de sus agentes del sector o miembro se identifique con alguna de las siglas o que el bien o servicio que se está ofreciendo sea en pro de los derechos del sector social, en otras palabras, puede que el emprendimiento este conformado por personas que no se identifican con el sector social, pero trabajan por él.

1.7 CADENAS DE VALOR

Por cadena de valor ese comprende según la Alcaldía Mayor de Bogotá y la Universidad Nacional de Colombia - Sede Bogotá (2017) como:

la evaluación integral que realiza un consumidor cultural de la utilidad que le puede proporcionar un producto, basada en la percepción de lo que recibiría y de lo que entregaría a cambio” (Zeithaml, 1988); por lo mismo, es un elemento basado en factores propios del individuo en su condición de consumidor, en este caso, de consumidor cultural. Derivado de ello, una cadena de valor es el conjunto de actividades realizadas por una organización cultural que estimulan la creación y crecimiento del valor percibido por el público. Estas actividades se clasifican en primarias y secundarias (Porter, 1991) (p.29).

Imagen 4:

Cadena de valor de las Industrias Creativas y Culturales



Tomado de Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011, p.17

Por otro lado, según Asturias Corporación Universitaria (s/f): “cada empresa es un conjunto de actividades, que se desempeñan para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyara sus productos. Todas esas actividades pueden ser representadas usando la cadena de valor” (p.3).

1.8 IDEA DE NEGOCIO

Según INNpulsa (s/f), la idea de negocio “se realizan los estudios esenciales para definir los objetivos del emprendimiento, se hace un diagnóstico de la situación actual, se formulan las necesidades que se desea satisfacer y se analizan las opciones posibles para cumplir los objetivos. Cuanta más información se tenga en esta etapa, mejor se estructurará el negocio” (p.8).

Para dicha etapa es indispensable tener en cuenta estudios que definan los objetivos del emprendimiento, posteriormente realizar un diagnóstico y caracterización, de lo anterior, se podrán implementar acciones y objetivos.

De lo anterior, El estudio de Emprendimiento de Bogotá: caracterización y perspectivas económicas de la Secretaría de Desarrollo Económico (2021) lo define como:

Esta etapa abarca el período comprendido entre la ideación y la puesta en marcha de un PMV que pueda validarse en el mercado. En este sentido, el plan de negocios y el prototipo del producto o servicio a vender se convierten en las herramientas fundamentales para el surgimiento de los emprendimientos en esta etapa, ya que son las que permiten concretar la idea de negocio, evaluar su respuesta en el mercado y planear su crecimiento a futuro (p.29).

MARCO REFERENCIAL

En cumplimiento a las disposiciones normativas colombianas, se establece en la Constitución Política de Colombia de 1991 en su Capítulo II: Los derechos Sociales, Económicos y Culturales: en cuyos artículos 8, 20, 27, 61, 67, 69, 70 y 71, entre otros, refieren a la participación en la vida cultural, acceso, disponibilidad y facilidad, protección a la propiedad intelectual, libertad de expresión y demás aportes en normatividad.

A partir de la Constitución de 1991 la cual consagra los derechos sociales, económicos y culturales, se constituyó la Ley 1185 de 2008 Nivel Nacional que modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 - Ley General de Cultura. La cual hace referencia a:

los bienes que integran el patrimonio cultural de la Nación, la constitución del Sistema Nacional de Patrimonio Cultural de la Nación, el patrimonio arqueológico, cambia la denominación del Consejo de Monumentos Nacionales, que en adelante se denominará Consejo Nacional de Patrimonio Cultural, señala el Procedimiento para la declaratoria de bienes de interés cultural, imprescriptibilidad e inalienabilidad de los bienes de interés cultural de propiedad de entidades públicas, el régimen especial de protección de los bienes de interés cultural, adiciona un artículo acerca del patrimonio cultural inmaterial, introduce la facultad a las Gobernaciones y los Distritos, para crear los Consejos Departamentales y Distritales de las Artes y la Cultura, en cada una de las manifestaciones artísticas y culturales (Ministerio de Cultura, 2008).

Es así, que desde el Ministerio de la cultura, a través de sus artículos 17 y 18 ordena que tanto el Ministerio de Cultura como las entidades territoriales favorezcan la creación de estímulos para el fomento de las expresiones artísticas, promoviendo la creación, la actividad artística y cultural, y demás manifestaciones simbólicas expresivas, como elemento de diálogo, intercambio y participación.

La Ley general de Cultura adoptó como referente la definición de la UNESCO respecto al concepto de cultura, la cual la define como “Todo complejo que incluye conocimiento, creencias, artes, moral, leyes, costumbres y hábitos adquiridos por un miembro de la sociedad” (Bellolio, 2016).

Frente al escenario distrital y nacional de emprendimiento, la Ley 1834 de 2017 (o Ley Naranja). Las industrias creativas que comprenden los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor. Aquellas cadenas de valor comprenden sin limitarse a los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa.

En el marco del Plan de Desarrollo Distrital y Plan de Desarrollo Local de la Localidad de San Cristóbal 2021-2024 “Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para San Cristóbal”, se constituye el referente de las acciones y políticas de la administración local, en pro de contribuir al desarrollo sostenible de la localidad de San Cristóbal y sus (5) UPZ (Sosiego, 20 de Julio, San Blas, La Gloria y Libertadores) y la cual le apuesta a la reactivación económica.

El documento CONPES D.C. Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito Capital “POLÍTICA PÚBLICA DISTRITAL DE ECONOMÍA CULTURAL Y CREATIVA 2019-2038”, identifica y cita como “problemática central el incipiente desarrollo económico y los bajos niveles de sostenibilidad de la economía cultural y creativa en la ciudad de Bogotá” (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2018, p.5).

A través del mismo se refieren los lineamientos en Política Nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia, Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura y de los más relevantes en los últimos años, el CONPES 4090: Política de Economía Naranja, la cual tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias culturales y/o creativas.

De lo anterior, el CONPES hace referencia dentro de su documento al enfoque de política pública hacia personas de los sectores sociales LGBTI, reconoció la oportunidad de articulación con la Política Pública para la población LGBTI en relación con el proceso estratégico “Comunicación y Educación para el cambio cultural” en específico con el componente visibilización y posicionamiento de la producción cultural. De igual manera, el documento refiere el enfoque de Mujer y género citando el Decreto 166 de 2010, el cual adopta

la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en el Distrito. Dicho documento representa en el reconocimiento, garantía y restitución de los derechos de las mujeres diversas que del territorio, promueve escenarios de igualdad, evitar la discriminación y subordinación en su artículo 6 establece como objetivo general:

Reconocer, garantizar y restablecer los derechos de las mujeres que habitan en el Distrito Capital, de manera que se modifiquen de forma progresiva y sostenible, las condiciones injustas y evitables de discriminación, subordinación y exclusión que enfrentan las mujeres en los ámbitos público y privado, promoviendo la igualdad real de oportunidades y la equidad de género en el Distrito Capital (Alcaldía Mayor de Bogotá, D.C. 2010).

Se hace necesario respecto al presente proyecto incluir el estudio realizado por la Dirección de Economía, Estudios y Política (DEEP) de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá, respecto al proceso de formulación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa 2019- 2038 (PPDECC). El cual sugiere incluir el enfoque de inclusión de la mujer en todas aquellas actividades que se desenvuelven alrededor de las cadenas de valor cultural y creativa el marco de proyectos en Distritos Creativos. A partir del estudio realizado se evidencia necesidad de implementar programas y acciones de trabajo que optimicen la ruptura de brechas de género en el sector.

METODOLOGÍA

Para el cumplimiento del presente proyecto se tomará una metodología Holística, es decir, se busca establecer el estudio de todas las partes incluyendo actores, agentes y procesos que intervienen en una situación y contexto. Por lo tanto, se plantea la siguiente ruta metodología para alcanzar los objetivos del proyecto:

Tabla 4:

Ruta metodología proyecto: Lab Emprende Diverso: LGBTIQ+ UPZ los libertadores

FASES	CICLO	OBJETIVO	INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	FUENTES
PERCEPTUAL (1,2 Y 3)	<p>Explorar. Fase en la cual es necesario revisar, observar, y registrar</p> <p>Describir. Detallar las características de los hechos Comparar.</p> <p>Revisar antecedentes – Observar diferencias y semejanzas</p>	<p>Caracterizar el grupo de emprendedores culturales y creativos LGBTIQ+ de la UPZ Libertadores.</p>	<p>Investigación documental + Entrevistas estructuradas + Encuesta + Análisis de territorio (datos demográficos, contexto cultural específico).</p>	<p>Fuentes primarias y Secundarias.</p>
APREHENSIVO (4 Y 5)	<p>Analizar. Realizar un análisis del problema pueden utilizarse instrumentos como DOFA, por ejemplo.</p> <p>Explicar.</p> <p>Predecir. Revisar factibilidad, pronosticar circunstancias</p>	<p>Establecer un espacio de co-creación, co-diseño y comunicación para los emprendedores culturales y creativos LGBTIQ+ de la UPZ los libertadores.</p>	<p>Árbol de problemas + Análisis DOFA + Matriz de riesgo + Benchmarking</p>	<p>Primarias</p>
COMPRESIVO (6,7 Y 8)	<p>Predecir. Revisar factibilidad, pronosticar circunstancias</p> <p>Proponer: Realizar el diseño y su forma de puesta en marcha del proyecto.</p> <p>Modificar: Teniendo en cuenta los resultados que se van presentando</p>	<p>Otorgar herramientas de formación, creación, legalización, visibilización y circulación de bienes y servicios culturales creativos de los emprendedores LGBTIQ+</p>		
INTEGRATIVO (9 Y 10)	<p>Confirmar: Revisar los logros alcanzados</p> <p>Evaluar.</p>	<p>Crear un laboratorio de emprendimientos culturales y creativos para el sector social LGBTIQ+ de la UPZ Libertadores de la localidad de San Cristóbal.</p>	<p>Informes de gestión + Análisis de tendencia. + Evaluación de producto.</p>	<p>Primarias y Secundarias</p>

Elaboración propia

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto Lab Emprende Diverso: LGBTIQ+ UPZ los libertadores es un proceso de co-creación y co-diseño para los emprendedores culturales LGBTIQ+. Se llevará a cabo una estrategia de trabajo de ideación y desarrollo de bienes y servicios de las líneas de clasificación de las industrias creativas previamente caracterizadas en el territorio. Dichos beneficiarios realizarán una formación en conceptos básicos para la creación de empresa y formalización de los emprendimientos. Adicionalmente, como parte de la formación inicial se trabajarán las siguientes temáticas bajo una metodología de diseño y creatividad práctica “Design Thinking”:

Tabla 5:

metodología de diseño y creatividad práctica (*Desing thinking*).

Empatizar	<ul style="list-style-type: none"> • Árbol de problemas • <i>Mapping</i>
Definir	<ul style="list-style-type: none"> • Perfiles de usuario • Soluciones a través de dibujo
Idear	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brainstorming</i>
Prototipar	<ul style="list-style-type: none"> • Dibujos • Infografía
Probar	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización
Evaluar	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Indicadores • Estadísticas

Elaboración propia

Por otro lado, para aplicar la metodología de *design thinking* se realizarán módulos de Lab Emprende Diverso. Es decir, cada participante vivirá una experiencia interactiva o *hands on* sobre el proceso de ideación, arranque, consolidación y expansión de su emprendimiento cultural LGBTIQ+. En la siguiente tabla se esclarece la ruta metodológica que tendrá cada una de las seis (6) sesiones en las que participarán los emprendedores:

Tabla 6:

Contenidos módulos Lab Emprende diverso.

<i>Modulo</i>	<i>Componente</i>	<i>Intensidad Horaria</i>
1	Formación aspectos legales y propiedad intelectual (Contextualizar el ámbito jurídico y/o interdisciplinar, para que el emprendedor identifique con facilidad las herramientas e instituciones jurídicas dentro del ordenamiento, y según sea requerido, haga uso de ellas para la producción de argumentos jurídicos.)	2
2	Formación en gestión financiera (Proporcionar las bases teóricas básicas, conceptuales y metodológicas, esenciales para tomar decisiones respecto a la maximización del valor de una idea de negocio y microempresa, plan de negocios a través de la selección de proyectos de inversión, su financiación y administración del flujo de caja.)	2
3	Formación en economía circular (conceptos generales de la Economía Circular y una aproximación a los modelos económicos propicios para la transición hacia la economía circular.)	2
4	Formación en innovación de producto (Adquirir herramientas y técnicas para impulsar la innovación de un producto, bien o servicio. - Aprendiendo a transformar la intuición en soluciones visionarias. - Estrategias que optimicen y transformen los procesos de forma creativa)	2
5	Formación estrategias comerciales y marketing digital (Módulo área social media, módulo área Web, Módulo área E-Commerce)	2
6	Formación fortalecimiento empresarial (Redes de clientes y la nueva ruta de compra, Entender el comportamiento de los consumidores digitales.)	2

Elaboración propia

Finalmente, como resultado esperado de los espacios de co-creación y co-diseño se realizará la primera feria Lab Emprende diverso de la UPZ los libertadores y de la localidad. Aquí los emprendedores pondrán a prueba lo aprendido y ofrecerán sus bienes y servicios al público del sector. Por lo tanto, la metodología de Lab Emprende Diverso podrá ser utilizada o replicada en otros sectores de la ciudad fortaleciendo el tejido emprendedor, empresarial y cultural. Más claramente, la metodología será una apuesta para la generación de empleo y crecimiento creativo.

MODELO DE GESTIÓN

El proyecto Lab Emprende Diverso: LGBTIQ+ UPZ los libertadores desarrollará cuatro (4) estrategias para alcanzar sus objetivos:

1. ESTRATEGIA COMUNICATIVA:

En un primer lugar, se desarrollará un trabajo de campo donde se hará un reconocimiento de la UPZ los Libertadores. Esto es, el recorrido del sector para la identificación de los principales lugares formales e informales dónde se vive la cultura como, casas culturales, parques, colegios, entre otros. Por medio de registro fotográfico y video se realizarán diarios de campo de las vistas al terreno. Previo a la identificación de la UPZ en colaboración con la Mesa local LGBTI de San Cristóbal se llevarán a cabo entrevistas semiestructuradas y encuestas a los participantes con el fin de conocer su percepción sobre asuntos culturales, economía creativa y temas LGBTIQ+. Es decir, la metodología que se desarrollará para caracterizar el grupo de emprendedores de Lab. Emprende Diverso será por medio de redes locales del activismo y colectivos LGBTIQ+ del sector que sean miembros de esta mesa o participantes ocasionales. Por otro lado, se vinculará al Consejo de Arte, Cultura y Patrimonio de la localidad, lo anterior, para dar un mayor alcance a los interesados en los temas culturales que trabajen en pro de los derechos LGBTIQ+.

Una vez caracterizado el público objetivo, se establecerá una convocatoria a través de medios digitales, auditivos e impresos por medio de la cual se categorice a los ciudadanos acorde a las cadenas de valor, bienes y/o servicios que cada uno realice. Realizar acciones de publicidad y comunicación para la convocatoria de forma presencial y virtual en cada barrio de la UPZ los Libertadores. Se debe generar una campaña de expectativa de no menor a 10 días calendario antes del lanzamiento de la convocatoria y la presentación frente a la comunidad.

Antes de la fase de inscripción la publicidad de la convocatoria debe incluir los términos de referencia con los requisitos habilitantes para participar, y las cadenas de valor. La convocatoria debe contener como mínimo la siguiente información:

- a. Objetivo de la convocatoria
- b. Descripción breve del proyecto

c. Requisitos habilitantes para participar.

Tabla 7:

Términos y requisitos de convocatoria

<i>Requisitos</i>	
<i>Emprendimiento temprano.</i>	Formulario de inscripción electrónico diligenciado, adjuntando la siguiente información: Persona que representa el emprendimiento de alguna de las cadenas de valor del sector cultural y creativo, que incluya la siguiente información (nombre, teléfono de contacto, correo electrónico, dirección, barrio de residencia, nombre del proyecto, portafolio de servicios de la iniciativa económica de la cadena de valor que impacta el mismo).
	Fotocopia del Documento de Identidad del participante (Cédula). Si el postulante es de nacionalidad extranjera, deberá contar con el Permiso Especial de Permanencia expedido por la entidad competente.
	Certificado de residencia donde evidencie que su emprendimiento tiene como base de actividades la localidad de San Cristóbal.
	Factura de servicio público del mes inmediatamente anterior del domicilio principal donde reside.

Elaboración propia

Los ciudadanos deberán contestar las siguientes preguntas en el formulario de inscripción mediante un video:

1. Identifique el propósito principal de su proyecto y delegue un nombre al mismo.
2. Describa de manera breve la trayectoria que ha desempeñado en la localidad de San Cristóbal.
3. ¿Cómo aportará el proyecto a la reactivación social, cultural y económica del sector del arte la cultura y el patrimonio?
4. ¿A qué tipo de personas estará dirigido el proyecto?
5. ¿Quiénes se beneficiarán de los bienes y servicios culturales y creativos resultantes del proyecto, y de qué manera los beneficiará?
6. ¿Exponga los argumentos por los cuales considera que su proyecto generará un aporte al sector cultural y creativo de la localidad de San Cristóbal?
7. ¿Cuál será el producto o servicio del proyecto?
8. ¿Cuál cadena de valor impactará su proyecto? (Leer anexo Cadena de Valor.)

Un video (Enlace web de video: inserte SOLAMENTE Un (1) vínculo (enlace/link) y contraseña (si aplica) de archivo de video) de no más de (1) minuto, en que describa porqué quiere emprender, y el beneficio económico de la idea de negocio.

9. Grupo poblacional al que pertenece.

Finalmente, se va a establecer una imagen corporativa y una estrategia de marketing para el desarrollo y visibilidad del espacio de co-creación y co-diseño. Más claramente, a través de la iconografía de color de la denominada bandera LGTBIQ+, “bandera gay, bandera del orgullo y/o bandera de la diversidad, la cual simboliza los movimientos de las orientaciones sexuales e identidades de género tradicionalmente discriminadas. La bandera cuenta con 6 diferentes colores, en el siguiente orden de arriba abajo: rojo, naranja, amarillo, verde, azul y violeta” (“Bandera LGBT”, 2023).

Los colores de la bandera serán un apoyo visual y de reconocimiento para las distintas etapas del proyecto, en especial para la estrategia de divulgación, co-creación Design Thinking y representación del árbol de problemas.

2. ESTRATEGIA POLÍTICA:

Con el fin de potencializar la ejecución del proyecto se propende generar alianzas con el sector público y privado:

Alcaldía Local de San Cristóbal: Se trabajará con el área de Planeación Cultural quienes lideran la ejecución del Plan de Desarrollo 2021-2024 en línea con la meta de *Apoyar 1200 Mipymes culturales y creativas de la localidad de San Cristóbal*. Al ser una nueva meta, se requiere el apoyo en la caracterización de los beneficiarios. Adicionalmente, a partir de la expedición del Acuerdo 740 de 2019 y del Decreto Distrital 768 de 2019, se crean los presupuesto participativos siendo la estrategia de la Secretaría Distrital de Gobierno para desarrollar iniciativas propuestas por la ciudadanía como obras, capacitaciones, iniciativas de turismo, deporte, cuidado a niños y adultos entre otros con recursos de los Fondos de Desarrollo Local. El rubro presupuestal que se logre recolectar impactaría los tres objetivos presupuestales del proyecto.

Secretaría Distrital de Planeación: La articulación de esta secretaría está relacionada con la política pública para la garantía plena de los derechos de las personas LGBTI y sobre identidades de género y orientaciones sexuales en el distrito capital. Esto es, garantizar que el proyecto Lab. Emprende diverso ayude a alcanzar el objetivo dos de la política pública: “Generar capacidades en las organizaciones y personas de los sectores LGBTI para una efectiva representación de sus intereses como colectivo en los espacios de decisión de la ciudad” (CONPES, 2021, p.7).

Instituto Distrital de las Artes: A través de su paquete de estímulos se proyecta aplicar a las becas que se otorgan para la puesta en marcha, el fortalecimiento o el financiamiento de un proyecto específico. El rubro presupuestal que se logre recolectar impactaría los tres objetivos presupuestales del proyecto.

Secretaría de Cultura Recreación y Deporte, Secretaría de Desarrollo Económico e INNPulsa Colombia: Se identificaron que estas entidades públicas realizan procesos de capacitación en temas de la economía creativa vinculadas a la Ley Naranja. Además, las alianzas que se realicen con las entidades en mención impactarán en el presupuesto del objetivo número dos (2) y tres (3), de los cuales se realizarán capacitaciones a los emprendedores

Universidad del Rosario: La universidad cuenta con diversos espacios de co-creación (Laboratorios UR Emprende) que permiten el desarrollo de habilidades blandas de los emprendedores. En particular, se gestaría una alianza en donde docentes de la universidad puedan dictar clases del diplomado. Es decir, que estos espacios y conocimientos sean compartidos con los beneficiarios del proyecto.

Finalmente, el objetivo de esta estrategia será triangular esfuerzos de los diferentes sectores, tanto públicos como privados para potencializar el alcance e impacto en la formación y proyectos que realicen los beneficiarios.

3. ESTRATEGIA ECONÓMICA:

A través de la estrategia Crowdfunding se pretende generar alianzas con diferentes organizaciones culturales, fundaciones o empresas públicas y privadas, con el fin de garantizar el soporte económico que demanda el proyecto. Así, por ejemplo, del objetivo específico

número dos (2) del cual recae el mayor impacto presupuestal debido a los materiales requeridos para el desarrollo del laboratorio. De lo anterior, se proyecta generar alianzas con empresas que suministren artículos y materiales artísticos en contraprestación de pauta publicitaria y/o donaciones.

Por otra parte, a través de la feria se generarán alianzas con diferentes organizaciones culturales, fundaciones o empresas públicas y privadas, con el fin de garantizar el soporte económico que demanda el proyecto. Adicionalmente, se impactarán en los siguientes aspectos:

- **Contactos comerciales:** los contactos realizados en el marco de una feria requieren menos tiempo, esfuerzos e inversión que los que se realizan a través de otros medios.
- **Contacto personal:** permite analizar la reacción del cliente al apreciar el producto que tú ofreces.
- **Eficiencia comercial:** las ferias, por sus características especiales, se convierten en un instrumento de marketing que favorece y acelera el proceso de venta.
- **Marketing:** la participación en ferias conlleva muchas actividades de: publicidad, promoción, comunicación, relaciones públicas e investigación de mercados.

Las ferias, después de la publicidad, constituyen un medio importante de promoción de la marca e imagen de las empresas.

- **Tendencias:** son el lugar idóneo para enterarse de las últimas tendencias y novedades de producción y de consumo.
- **Nuevos productos:** ideales para lanzar nuevos productos y relanzar los que están en el mercado.

Competencia: excelente espacio para obtener información sobre la competencia y realizar inteligencia de mercados.

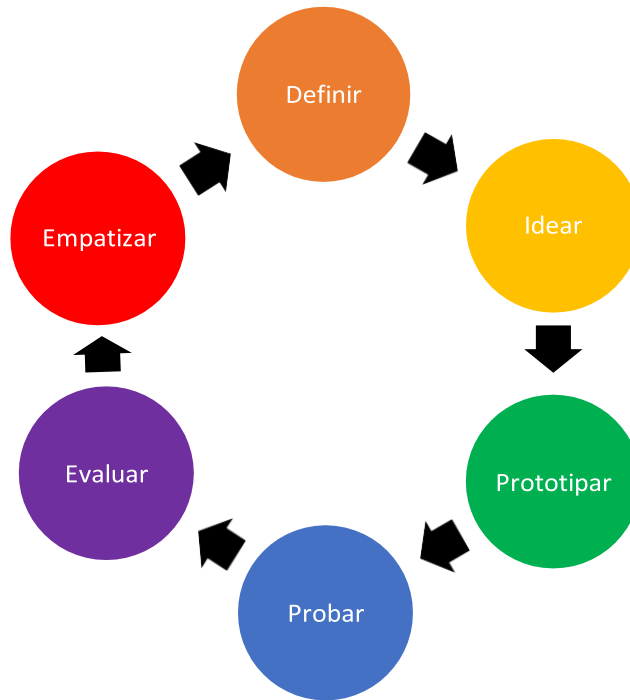
4. ESTRATEGIA EDUCATIVA

Parte de la ideación y del desarrollo del producto (bien o servicio) conlleva una formación que de conceptos básicos para la creación de la empresa y el logro del punto de equilibrio. Para ello

como parte de la formación inicial se pretenden trabajar las siguientes temáticas bajo una metodología de diseño y creatividad práctica:

Imagen 5:

Etapas de la metodología de diseño y creatividad práctica (*Desing thinking*).



Elaboración propia.

INDICADORES

Para el proyecto Lab Emprende Diverso: LGBTIQ+ UPZ los Libertadores se propondrán los siguientes indicadores:

- **Indicador de Resultados:**

- Cuántos emprendimientos o iniciativas se crearon como consecuencia de los Lab Emprende Diverso:
 - $\text{Número de emprendimientos creados} / \text{número de emprendimientos planeados} \times 100$

- **Indicador de Impacto:**

- Cuántos emprendimientos se formalizaron como consecuencia de los Lab Emprende Diverso:
 - $\text{Número de emprendimientos creados} / \text{número de emprendimientos formalizados planeados} \times 100$

- **Indicador de Gestión:**

- Cuántas iniciativas fueron seleccionadas como resultado de la convocatoria para Lab Emprende Diverso:
 $\text{Número de iniciativas real seleccionadas} / \text{Número planeado de iniciativas de emprendimiento a seleccionar} \times 100$.

PRESUPUESTO

El presupuesto se determinó a partir del costeo de las actividades y elementos a utilizar en el marco de los objetivos específicos planteados.

PRESUPUESTO DEL PROYECTO							
Proyecto	Laboratorio de emprendimientos creativos diversos: Caso UPZ Libertadores						
Vigencia	2023						
Objetivo	Actividad	Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario (COP)	Valor total (COP)	Valor actividad (COP)
1. Caracterizar el grupo de emprendedores culturales y creativos LGBTQ+ de la UPZ Libertadores.	1.1 Salidas de campo	Coordinador de proyecto	días	7	\$166.666	\$1.166.662	\$13.766.508
		Block blanco sin rayas tamaño carta	unidad	1	\$2.998	\$2.998	
		Caja de esfero por 6	caja	1	\$1.400	\$1.400	
		Cámara Profesional	unidad	1	\$3.699.000	\$3.699.000	
		Transporte	hora	10	\$50.000	\$500.000	
		Computador portátil	unidad	1	\$1.899.000	\$1.899.000	
	1.2 Entrevistas	Coordinador de proyecto	días	7	\$166.666	\$1.166.662	
		Kit papelería	días	2	\$200	\$400	
		Computador portátil	días	2	\$-	\$-	
		Cámara Profesional	días	2	\$-	\$-	
	1.3 Encuestas	Coordinador de proyecto	días	7	\$166.666	\$1.166.662	
		Kit papelería	días	2	\$200	\$400	
		Computador portátil	días	2	\$-	\$-	
		Cámara Profesional	días	2	\$-	\$-	
	1.4 Convocatoria y Sistematización de datos	Coordinador de proyecto	días	14	\$166.666	\$2.333.324	
		Auxiliar analista de datos	días	14	\$120.000	\$1.680.000	
Computador portátil		días	14	\$-	\$-		
Kit papelería		días	10	\$15.000	\$150.000		
2. Establecer un espacio de co-creación, co-diseño y comunicación para los emprendedores culturales y creativos LGBTQ+ de la UPZ los libertadores.	2.1 Diseño de metodología del diplomado	Coordinador de proyecto	días	5	\$166.666	\$833.330	\$13.385.497
		tres tutores	hora	15	\$144.999	\$2.174.985	
		Computador portátil	días	5	\$-	\$-	
		Block blanco sin rayas tamaño carta	unidad	4	\$2.998	\$11.992	
		Caja de esfero por 6	caja	1	\$1.400	\$1.400	
		Alquiler Junta de acción comunal los libertadores	días	5	\$10.000	\$50.000	
	2.2 Estrategia de comunicación del diplomado	Impresión de volantes invitación al diplomado	Unidad	1000	\$130	\$130.000	
		Difusión en redes	días	7	-	-	
	2.3 Estrategia capacitación	Coordinador de proyecto	días	5	\$166.666	\$833.330	
		Tutores	horas	40	\$144.999	\$5.799.960	

		Alquiler Junta de acción comunal los libertadores	horas	40	\$10.000	\$400.000	\$36.149.880	
		Block blanco sin rayas tamaño carta	unidad	35	\$2.900	\$101.500		
		Esfero	caja	35	\$1.400	\$49.000		
		Computador portátil	días	10	\$-	\$-		
		Alquiler video beam	hora	20	\$30.000	\$600.000		
		Kit emprendimiento creativo y cultural	unidad	30	\$80.000	\$2.400.000		
	2.5 Procesos de Co-Creación - Empatizar (árbol de problemas-mapping)		Orientador	horas	1	\$144.999		\$3.479.976
			Equipo de sonido	horas	1	\$20.000		\$480.000
			Kit "herramientas de diseño y creatividad"	Cantidad	30	\$80.000		\$2.400.000
			Computador portátil	horas	1	\$-		\$-
			Cámara Profesional	unidad	1	\$-		\$-
			Alquiler Junta de acción comunal los Libertadores	horas	24	\$10.000		\$240.000
			Video Beam	horas	1	\$30.000		\$720.000
	2.6 Procesos de Co-Creación -Definir (perfiles de usuario-soluciones dibujos)		Orientador	horas	1	\$144.999		\$3.479.976
			Equipo de sonido	horas	1	\$20.000		\$480.000
			Kit "herramientas de diseño y creatividad"	Cantidad	30	\$80.000		\$2.400.000
			Computador portátil	horas	1	\$-		\$-
			Cámara Profesional	unidad	1	\$-		\$-
			Alquiler Junta de acción comunal los Libertadores	horas	24	\$10.000		\$240.000
			Video Beam	horas	1	\$30.000		\$720.000
	2.7 Procesos de Co-Creación -Idear (Brainstorming)		Orientador	horas	1	\$144.999		\$3.479.976
			Equipo de sonido	horas	1	\$30.000		\$30.000
			Kit "herramientas de diseño y creatividad"	Cantidad	30	\$80.000		\$2.400.000
			Computador portátil	horas	1	\$-		\$-
		Cámara Profesional	unidad	1	\$-	\$-		
		Alquiler Junta de acción comunal los Libertadores	horas	24	\$10.000	\$240.000		
		Video Beam	horas	1	\$30.000	\$720.000		
2.8 Procesos de Co-Creación -Prototipar (Dibujos - Infografía)		Orientador	horas	1	\$144.999	\$3.479.976		
		Equipo de sonido	horas	1	\$20.000	\$480.000		
		Kit "herramientas de diseño y creatividad"	Cantidad	30	\$80.000	\$2.400.000		

		Computador portátil	horas	1	\$-	\$-	
		Cámara Profesional	unidad	1	\$-	\$-	
		Alquiler Junta de acción comunal los Libertadores	horas	24	\$10.000	\$240.000	
		Video Beam	horas	1	\$30.000	\$720.000	
	2.9 Procesos de Co-Creación -Evaluar-Probar (Entrevistas- Mapa de trayectoria)	Orientador	horas	1	\$144.999	\$3.479.976	
		Equipo de sonido	horas	1	\$20.000	\$480.000	
		Kit "herramientas de diseño y creatividad"	Cantidad	30	\$80.000	\$2.400.000	
		Computador portátil	horas	1	\$-	\$-	
		Cámara Profesional	unidad	1	\$-	\$-	
		Alquiler Junta de acción comunal los Libertadores	horas	24	\$10.000	\$240.000	
		Video Beam	horas	1	\$30.000	\$720.000	
3. Otorgar herramientas de formación, creación, legalización, visibilización y circulación de bienes y servicios culturales creativos de los emprendedores LGBTQ+	3.1 Diseño de feria	Refrigerios para la feria de visibilización de los emprendimientos culturales y artísticos LGBTQ+ (Bebida, pastelería, fruta).	unidad	36	\$8.000	\$288.000	\$6.223.766
		Alquiler carpa de 2x2, 2 sillas plásticas y 2 mesas plásticas	unidad	35	\$30.000	\$1.050.000	
		Pendones en tela banner medida 1.50 * 2,00	unidad	2	\$267.750	\$535.500	
		Alquiler de planta eléctrica 50kva (incluye gasolina, transporte y operario)	horas	6	\$125.000	\$750.000	
		Alquiler de sonido	horas	8	\$125.000	\$1.000.000	
		Baño portátil	horas	8	\$47.600	\$380.800	
		tarima	horas	8	\$256.600	\$2.052.800	
		Coordinador de proyecto	días	1	\$166.666	\$166.666	
	TOTAL						\$69.525.651

CONCLUSIONES

Como parte del desarrollo cultural, económico y social de la UPZ los Libertadores de la localidad de San Cristóbal, se debe fomentar la creación y ampliación de espacios y/o equipamientos culturales en el marco de la promoción de los derechos culturales.

La situación de los derechos LGBTIQ+ en localidad puede mejorar si se buscan alternativas para que haya inclusión a nivel económico, social, político y cultural, en otras palabras, los espacios de co-creación y co-diseño propuestos pueden ser una alternativa para integrar a este sector social a la sociedad.

Existen grandes retos para el sector cultural y económico de la localidad que fortalezcan el tejido emprendedor, con acciones enmarcadas al impulso de programas que dinamicen la formalización de sus emprendedores e innovación y posicionamiento de los emprendedores ya formalizados.

El emprendimiento cultural debe contar con la participación del sector privado, el gobierno local y la comunidad. Así se logrará fortalecer el relacionamiento de los diversos actores del mercado cultural.

Establecer alianzas para potencializar el proyecto en factores económicos e innovación y crecimiento. En otras palabras, el sector de emprendedores culturales LGBTIQ+ de San Cristóbal puede ser un nicho de iniciativas innovadoras culturales para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

El proyecto Lab Emprende Diverso: LGBTIQ+ UPZ los libertadores, puede ser replicado en otras localidades y territorios para el beneficio del sector social LGBTIQ+ y de la población. Más claramente, el proyecto puede impactar en la proyección de crecimiento de la clasificación de industrias creativas.

REFERENCIAS

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2018). Informe Bianual de la Política Pública LGBTI 2017-2018 15 Sectores de la Administración Distrital. Alcaldía Mayor de Bogotá. https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/informe_bianual_politica_publica_lgbti_2018.pdf

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2018). *Diagnóstico de las dinámicas sociales y económicas en cinco distritos creativos de Bogotá*.

https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/2023-05/vf_230523_diagnostico_dinamicas_distritos.pdf

Aranguren, Francisco. (6 de diciembre de 2022). Desarrollo Empresarial – UACP. Finalizó con éxito la feria expojuven en su vii séptima versión. <https://rb.gy/772ja>

Asturias Corporación Universitaria (s/f). *Cadena de valor*. <https://rb.gy/ybxsb>

Bandera LGBT. (2023). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*.

https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Bandera_LGBT&oldid=151527838

Bellolio, Alberto. (2016.) *La cultura en el siglo XXI - Las Industrias Creativas y el Placemaking Creativo* https://issuu.com/fundacionnecs/docs/la_cultura_en_el_siglo_xxi/3

CIDH. (s/f). CIDH: Conceptos Básicos relativos a personas LGBTI. CIDH: Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Recuperado el 4 de junio de 2023, de <http://www.oas.org/es/cidh/multimedia/2015/violencia-lgbti/terminologia-lgbti.html>

DANE. (2021). Encuesta Multipropósito. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/encuesta-multiproposito>

Decreto 166 de 2010. Alcaldía Mayor de Bogotá, D.C. Por el cual se adopta la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=39454>

Decreto 351 de 2006 Alcaldía Mayor de Bogotá, D.C. (s/f). Recuperado el 4 de junio de 2023, de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=21507>

Emprendimiento cultural y creativo. (s/f). Ministerio de Cultura de Colombia. Recuperado el 17 de noviembre de 2022, de <https://economianaranja.gov.co/emprendimiento-cultural-y-creativo/>

Fonseca Hernández, C., & Quintero Soto, M. L. (2009). La Teoría Queer: La de-construcción de las sexualidades periféricas. *Sociológica (México)*, 24(69), 43–60.

Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). (2023). Boletín técnico. *Principales indicadores del mercado laboral Marzo de 2023*, v14, p.7. <https://rb.gy/xbtf8>

Gutiérrez, Medrano, Carlos. (2017). *La perla. Club social, cultural, ocupacional y de emprendimiento: una alternativa para la comunidad LGBT de la zona metropolitana de Guadalajara*. <https://rb.gy/0qf06>

ICBF - Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF. (2018, diciembre 10). *¿Qué significan las letras LGBTI?* <https://www.icbf.gov.co/que-significan-las-letras-lgbti>

Idartes (4 de marzo 2022). Emprendedores le apuntan al arte y a la diversidad de Colombia. *Instituto Distrial de las Artes Idartes*. <https://acortar.link/acjfEt>

Integración Social (2022). Dirección de Análisis de Diseño Estratégico. *Diagnóstico Local de San Cristóbal 2022*, p.2. <https://rb.gy/3ny4q>

INNpuls. (s/f). *Emprender es crecer: consejos jurídicos al alcance de todos*. <https://rb.gy/tn3r1>

Ley 1185 de 2008. Ministerio de Cultura. Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 – Ley General de Cultura– y se dictan otras disposiciones. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=29324>

Ministerio de Cultura. (22 de diciembre de 2014). El emprendimiento cultural sigue ganando terreno. *Ministerio de Cultura*. <https://rb.gy/jxxqw>

Pérez, Anna. (2022). *Qué es emprendimiento: definición y perspectivas*. <https://acortar.link/GDX6v>

Riquelme Julio. (2020). Cadena de Valor de Michael Porter ¿Qué es y cuál es su importancia? [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24520w/Cadena de valor de micahel porter.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24520w/Cadena_de_valor_de_micahel_porter.pdf)

Secretaría de Desarrollo Económico (SDDE). (2022). *El Emprendimiento en Bogotá: caracterización y perspectivas económicas*. <https://rb.gy/7b4so>

Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SDCRD). 2022. Cultura y creatividad en la economía bogotana. *Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte*. <https://acortar.link/iBMtWk>

Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SDCRD). 2022. DIAGNÓSTICO DE LAS DINÁMICAS SOCIALES Y ECONÓMICAS EN CINCO DISTRITOS CREATIVOS DE BOGOTÁ. [https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/2023-05/vf_230523 diagnostico dinamicas distritos.pdf](https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/2023-05/vf_230523_diagnostico_dinamicas_distritos.pdf)

Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte. (2023). *CUENTA SATÉLITE DE CULTURA Y ECONOMÍA CREATIVA DE BOGOTÁ RESULTADOS 2014 – 2021*. <https://rb.gy/0cgn6>

Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte. (2018). *Política Pública Distrital De Economía Cultural y Creativa*. <https://rb.gy/em5yf>

Secretaría Distrital de Planeación (2017). *Informe localidad de San Cristóbal: Caracterización de sectores sociales LGBTI. Encuesta Multipropósito 2014 y bienal de culturas 2015*. <https://rb.gy/mwswe>

Secretaría Distrital de Planeación (s/f). *DIAGNÓSTICO Y RECOMENDACIONES PARA LA INCLUSIÓN LABORAL DE LOS SECTORES SOCIALES LGBTI*. <https://rb.gy/e4108>

Southern New Hampshire University. (2023). *¿Qué es un emprendimiento?*.
<https://es.snhu.edu/noticias/que-es-un-emprendimiento>

Timarán et al. (2022). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932022000200220

Unidades de Planeamiento Zonal -UPZ | Unidad Administrativa Especial de Catastro Distrital. (s/f). Recuperado el 4 de junio de 2023, de <https://rb.gy/hta5g>

Vesga, Rafael. (s/f). Emprendimiento e Innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta? <https://rb.gy/v0pml>