



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE ECONOMÍA

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TEMA

**ANÁLISIS DEL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA NARANJA EN LOS
EMPRESARIOS DE LA PLAZA GUAYARTE EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL, ECUADOR**

TUTOR

MG. RUBÉN DARÍO PAZ MORALES ING.

AUTORES

**MANUEL LEROY SUAREZ AVILÉS DELGADO
STALIN RENE VELOZ ALVARADO**

GUAYAQUIL,

2023



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis del desarrollo de la economía naranja en los emprendimientos de la Plaza Guayarte en la ciudad de Guayaquil, Ecuador	
AUTOR/ES: Manuel Leroy Suarez Avilés Delgado Stalin Rene Veloz Alvarado	REVISORES O TUTORES: Mg Rubén Darío Paz Morales Ing.
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	GRADO OBTENIDO: Economista
FACULTAD: CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO	CARRERA: ECONOMÍA
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2023	N° DE PÁGS.: 79 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias Sociales y del Comportamiento	
PALABRAS CLAVE: Sistema económico, Economía de mercado, Empresa, Análisis económico	
RESUMEN: <p>El presente proyecto investigativo analiza el desarrollo de la innovación y presencia de economía naranja en los emprendimientos de la Plaza Guayarte en la ciudad de Guayaquil, los cuales presentan creatividad en los servicios y productos que ofrecen; la metodología utilizada fue de enfoque mixto, partiendo en cuanto a lo cualitativo empleando una entrevista de cinco preguntas y espacio abierto a charla aplicada al encargado de turno y el análisis de la misma; por otra parte, el método cuantitativo usado se optó por encuestas de 13 preguntas objetivas aplicada a los dueños o gerentes de los locales del sector de estudio. Los resultados</p>	

indican que presentan altos porcentajes de innovación en los locales comerciales para lograr una distinción en el mercado; también que la zona de estudio es plenamente apoyada por el GAD municipal de Guayaquil, brindándole cierto apoyo a la plaza porque al ser una zona representativa de la ciudad presenta un porcentaje de las visitas y el consumo por su atractivo turístico; por otra parte en la plaza se organizan ferias de emprendimientos donde impulsan las ideas de los ciudadanos, y los festivales de arte y música que se organizan apoyando a los artistas independientes locales; pero se presentan ciertos problemas en cuanto a las visitas que reciben y la seguridad del lugar; se opta por un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para una comparación de estrategias cruzadas, para determinar así las áreas donde debe enfocarse superar dichos problemas en base a las fortalezas de la plaza.

**N° DE REGISTRO (EN
BASE DE DATOS):**

N° DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (TESIS EN LA WEB):

ADJUNTO PDF:	SI	X	NO
CONTACTO CON AUTORES: Manuel Leroy Suarez Avilés Delgado Stalin Rene Veloz Alvarado	TELÉFONO: Cell: 0963681458 Cell: 0960104028		E-MAIL: msuarezavilesd@ulvr.edu.ec sveloza@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Decana: Mg. Diana Almeida Aguilera Teléfono: (04)2596500 Ext. 240 E-mail: dalmeidaa@ulvr.edu.ec Director de Carrera: Mg. Rosa Salinas Heredia Teléfono: (04)2596500 Ext. 226 E-mail: rsalinash@ulvr.edu.ec		

CERTIFICADO ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Final trabajo

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%	8%	3%	6%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.sela.org Fuente de Internet	1%
2	es.revistaespacios.com Fuente de Internet	1%
3	rraae.cedia.edu.ec Fuente de Internet	1%
4	www.amilcargonzalezortiz.com Fuente de Internet	1%
5	qdoc.tips Fuente de Internet	1%
6	repositorio.autonoma.edu.co Fuente de Internet	1%
7	www.revistapsicologia.org Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC Trabajo del estudiante	1%



Firmado electrónicamente por:
**RUBEN DARIO PAZ
MORALES**

Firma:

Tutor: Mg Rubén Darío Paz Morales Ing.

C.I.: 0917278012

DECLARACIÓN DE AUTORÍAS Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados Manuel Leroy Suarez Avilés Delgado y Stalin Rene Veloz Alvarado, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, “Análisis del desarrollo de la economía naranja en los emprendimientos de la Plaza Guayarte en la ciudad de Guayaquil, Ecuador”, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor/es

Firma:

Autor: Manuel Leroy Suarez Avilés Delgado

C.I.: 0924645849

Firma:

Autor: Stalin Rene Veloz Alvarado

C.I.: 0929993889

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “Análisis del desarrollo de la economía naranja en los emprendimientos de la Plaza Guayarte en la ciudad de Guayaquil, Ecuador”, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “Análisis del desarrollo de la economía naranja en los emprendimientos de la Plaza Guayarte en la ciudad de Guayaquil, Ecuador”, presentado por los estudiantes Manuel Leroy Suarez Avilés Delgado y Stalin Rene Veloz Alvarado como requisito previo, para optar al Título de Economista, encontrándose apto para su sustentación.



Firmado electrónicamente por:
**RUBEN DARIO PAZ
MORALES**

Firma:

Tutor: Mg Rubén Darío Paz Morales Ing.

C.I.: 0917278012

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a mis padres en primer lugar, gracias a su esfuerzo pude seguir la universidad, agradezco a los docentes que me guiaron, a mis amigos nuevos que apoyaron con su amistad; le agradezco también a Linkin Park y a Aqours por sus melodías, para llegar a este momento de mi vida y a mi compañera de vida que no me dejó rendir en ningún momento.

Manuel Leroy Suarez-Avilés Delgado

En primera instancia agradezco a todos los docentes que me acompañaron durante este proceso en especial a mi tutor por su ayuda, paciencia y dedicación.

A mis padres por confiar, por los valores y principios que me han inculcado.

A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil por ser el centro de estudios donde me formé profesionalmente

Finalmente, a mis amigos de la vida y de la facultad, por el apoyo diario.

Stalin Rene Veloz Alvarado

DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado a mis padres, por su dedicación para que continúe con una carrera, a Linkin Park por los altos emocionales y bajones, a Aqours por sus melodías inspiradoras.

A mis amigos en general que me acompañaron en esta etapa de la vida, que ampliaron mi punto de vista y brindaron su apoyo en mi crecimiento y en especial a mi compañera de vida que me hizo recordar las razones de mi esfuerzo.

*“Dicen que la gente puede cambiar, pero... ¿Eso será cierto? Si deciden que quieren volar, ¿les salen alas? No lo creo. No tienes que cambiar tú, sino cómo haces las cosas. Tienes que crear una manera de volar mientras sigues siendo igual.” **Sora (No Game no Life)***

Manuel Leroy Suarez-Avilés Delgado

El presente trabajo está dedicado a mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

*"Mientras más grande sea tu meta mayor será el sabor de la victoria" **Kratos (God of War)***

Stalin Rene Veloz Alvarado

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
CERTIFICADO ANTIPLAGIO ACADÉMICO.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍAS Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del problema	2
1.3 Formulación del problema	4
1.4 Objetivo General	4
1.5 Objetivos Específicos	4
1.6 Delimitación de la investigación	5

1.7	Idea a Defender.....	5
1.8	Línea de investigación	5
CAPÍTULO II.....		6
2	MARCO TEÓRICO	6
2.1	Antecedentes Referenciales	6
2.2	Fundamentación teórica	11
2.2.1	Antecedentes de la Economía Naranja.....	11
2.2.2	Definiciones de Economía Naranja por diferentes autores	12
2.2.3	Caracterización de la Economía Naranja en la sociedad	12
2.2.4	Teoría de la Innovación.....	14
2.2.5	Teoría de Emprendimiento.....	15
2.2.6	Teoría de la creatividad.....	17
2.2.7	Ecosistema emprendedor	19
2.3	Marco Legal	20
CAPÍTULO III.....		24
3	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	24
3.1	Enfoque de Investigación.....	24
3.2	Alcance de Investigación	24
3.3	Técnicas e instrumentos de la Investigación	24
3.4	Población y muestra.....	25
3.5	Presentación y análisis de los resultados	26
3.5.1	Encuesta	26
	Genero.....	26
	¿Cuál es su edad?	27
	Estado Civil.....	28

Nivel de Escolaridad.....	29
¿Qué tiempo tiene el emprendimiento?	30
¿La idea de este emprendimiento resulto en la zona de estudio?.....	31
¿Considera usted que en su emprendimiento existe la probabilidad de algún riesgo económico?	32
¿Considera que las mayores causas de riesgos para un emprendimiento provienen: Enumere el lugar de riesgo del 1 al 5, dónde 1 es mayor y 5 es menor el riesgo	33
¿Considera usted que la mayor inversión de se originan en base a; ¿Enumere del 1 al 5 en orden de importancia, donde 1 es mayor inversión y 5 es menor inversión?.....	34
¿Considera usted que un estudio de mercado minimiza el riesgo de inversión?	35
¿Considera usted que La Plaza Guayarte ha sido la zona ideal para su emprendimiento?	36
¿Considera usted que su emprendimiento tiene Innovación (creatividad) en algún proceso?	37
3.5.2 Análisis de la encuesta aplicada	39
3.5.3 Entrevista.....	40
Pregunta 1.- ¿Qué significa Épico y que papel ejecuta en la zona de estudio?	40
Pregunta 2.- ¿Cuán importante cree usted que es la innovación y la creatividad en un emprendimiento?	40
Pregunta 3.- ¿Cómo usted cree que aplican la innovación y creatividad en los emprendimientos en Plaza Guayarte?.....	40
Pregunta 4.- ¿Cómo usted cree que aplican la innovación y creatividad en los emprendimientos de Plaza Guayarte?.....	40
Pregunta 5.- ¿Cuáles son las características que un emprendimiento necesita para mantenerse en esta era?.....	41
3.5.4 Análisis de la entrevista realizada:	41
3.6 Propuesta.....	42
3.6.1 Análisis FODA de estrategias cruzadas	42

CONCLUSIONES	43
RECOMENDACIONES	45
BIBLIOGRAFÍA	46
ANEXOS	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Antecedente 1</i>	6
Tabla 2. <i>Antecedente 2</i>	7
Tabla 3. <i>Antecedente 3</i>	8
Tabla 4. <i>Antecedente 4</i>	9
Tabla 5. <i>Antecedente 5</i>	10
Tabla 6 <i>Género</i>	26
Tabla 7 <i>Edad de los propietarios de los emprendimientos en Plaza Guayarte Guayaquil, Ecuador, 2023</i>	27
Tabla 8 <i>Estado civil de los propietarios de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023</i>	28
Tabla 9 <i>Nivel escolaridad de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023</i>	29
Tabla 10.....	30
Tabla 11 <i>Idea de emprendimiento resultado según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023</i>	31
Tabla 12 <i>Probabilidad de riesgo económico en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023</i>	32
Tabla 13 <i>Causas de riesgo económico en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023</i>	33
Tabla 14 <i>Reinversión en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023</i>	34
Tabla 15. <i>Minimizar riesgo según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023</i>	35
Tabla 16 <i>Zona ideal según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023</i>	36
Tabla 17 <i>Nivel de Innovación de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023</i>	37
Tabla 18. <i>Nivel Herencia cultural de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023</i>	38
Tabla 19. <i>Matriz FODA</i>	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Género	26
Figura 2 Rango de edades de los propietarios de los emprendimientos en Plaza Guayarte Guayaquil, Ecuador ,2023	27
Figura 3. Estado civil de los propietarios de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador ,2023	28
Figura 4. Porcentaje del nivel de escolaridad de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador ,2023	29
Figura 5 Tiempo de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador ,2023	30
Figura 6 Porcentaje de aceptación de la idea de emprendimiento según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador ,2023	31
Figura 7. Porcentaje de riesgo económico en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador,2023	32
Figura 8. Porcentaje de las causas de riesgo en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador,2023	33
Figura 9. Porcentaje de Reinversión en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador,2023	34
Figura 10. Porcentaje de minimización de riesgo según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador ,2023	35
Figura 11. Porcentaje de la zona ideal según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador,2023	36
Figura 12 Porcentaje de Innovación de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador,2023	37
Figura 13. Porcentaje Herencia cultural de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador,2023	38
Figura 14. Ubicación geografía	48
Figura 15. Entrada a Guayarte por el lado de la Av. Kennedy, lateral a la Universidad de Guayaquil	49
Figura 16. Mural artístico en la entrada de la Plaza Guayarte por el lado de la Av. Kennedy	49
Figura 17. Vista aérea de la Plaza Guayarte, lado de la Universidad Católica	50
Figura 18. Mural emblema de la Plaza Guayarte.....	50
Figura 19. Bar y zona de obras teatrales independientes	51

Figura 20. Conciertos y música de grupos independientes de Guayaquil.....	51
Figura 21. Explanada de presentaciones en la plaza Guayarte.....	52
Figura 22. Unión del arte y la naturaleza en murales temáticos dispersos en zonas varias entre los bares de la Plaza Guayarte	53
Figura 23. Unión del arte y la naturaleza en murales temáticos dispersos en zonas varias entre los bares de la Plaza Guayarte	54
Figura 24. Correo solicitando entrevista	57
Figura 25. Momento de la entrevista con el encargado de EPICO.....	57

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Mapa de la Ubicación de la plaza Guayarte	48
Anexo 2. Fotografías de Plaza Guayarte	59
Anexo 3. Zona Comercial.....	55
Anexo 4. Zona Casa Abierta para el Emprendimiento (EPICO).....	56
Anexo 5. Proceso de entrevista.....	57
Anexo 6. Formato de la entrevista	58
Anexo 7. Formato de la encuesta.....	59

RESUMEN

El presente proyecto investigativo analiza el desarrollo de la innovación y presencia de economía naranja en los emprendimientos de la Plaza Guayarte en la ciudad de Guayaquil, los cuales presentan creatividad en los servicios y productos que ofrecen; la metodología utilizada fue de enfoque mixto, partiendo en cuanto a lo cualitativo empleando una entrevista de cinco preguntas y espacio abierto a charla aplicada al encargado de turno y el análisis de la misma; por otra parte, el método cuantitativo usado se optó por encuestas de 13 preguntas objetivas aplicada a los dueños o gerentes de los locales del sector de estudio. Los resultados indican que presentan altos porcentajes de innovación en los locales comerciales para lograr una distinción en el mercado; también que la zona de estudio es plenamente apoyada por el GAD municipal de Guayaquil, brindándole cierto apoyo a la plaza porque al ser una zona representativa de la ciudad presenta un porcentaje de las visitas y el consumo por su atractivo turístico; por otra parte en la plaza se organizan ferias de emprendimientos donde impulsan las ideas de los ciudadanos, y los festivales de arte y música que se organizan apoyando a los artistas independientes locales; pero se presentan ciertos problemas en cuanto a las visitas que reciben y la seguridad del lugar; se opta por un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para una comparación de estrategias cruzadas, para determinar así las áreas donde debe enfocarse superar dichos problemas en base a las fortalezas de la plaza.

Palabras clave: Creatividad, Innovación cultural, Economía cultural, Mercado del arte, Desarrollo cultural, Turismo cultural

ABSTRACT

This research analyzes the development of innovation and the presence of orange economy in enterprises of Plaza Guayarte in the city of Guayaquil, which present creativity in their services and products offered; the methodology used was a mixed approach, starting from the qualitative, using an interview with five questions and an open space for a talk applied to the person in charge of the shift and its analysis; on the other hand, the quantitative method used was chosen by surveys of 13 objective questions applied to the owners or managers of the premises of the sector. The results indicate that they present high percentages of innovation in their commercial premises to achieve a distinction in the market; also, that the study area is fully supported by the municipal GAD of Guayaquil, providing some support to the square because, being a representative area of the city, it presents a percentage of visits and consumption due to its tourist attraction; On the other hand, entrepreneurship fairs are organized in the square where they promote the ideas of citizens, and art and music festivals that are organized supporting local independent artists; but there are certain problems regarding the visits they receive and the security of the place; an analysis of the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats is chosen for a comparison of crossed strategies, in order to determine the areas where to focus on overcoming these problems based on the strengths of the market.

Keywords: Creativity, Cultural innovation, Cultural economy, Art market, Cultural development, Cultural tourism

INTRODUCCIÓN

La economía Naranja en la actualidad ha sido considerada en el mundo como uno de los sectores que no solo crece en ingresos, sino también con el desarrollo de empleo e inversiones en recursos para sostener como riqueza lo intangible y ser el eje que lleve a un país al desarrollo sostenible según lo indica el “Informe sobre la economía creativa” (Unesco, 2013).

La economía naranja abarca todo lo relacionado con la creatividad, el talento de las personas, cuyas ideas pueden transformarse en bienes o servicios protegidos por el derecho de autor o la propiedad intelectual y entre las actividades que la conforman se encuentran la industria cinematográfica, musical, moda, videojuegos, entre otras. La investigación aportará con información relevante y evidenciará la realidad sobre el desarrollo y aplicación de este tipo de economía en esta zona tan popular de la Ciudad de Guayaquil.

El capítulo II se constituye el estado del arte y los fundamentos teóricos se expone los antecedentes, definiciones y características de la economía naranja su vez Teorías relacionadas como la Teoría del Emprendimiento, Teoría de la creatividad y Ecosistema emprendedor desde la perspectiva de diferentes autores y analizan las diversas regulaciones a nivel nacional e internacional de manera que sustente de forma concisa.

El capítulo III se contempla el proceso metodológico los emprendedores denotan un temor por la situación del país y la inseguridad que pueda afectar fuertemente a la afluencia de visitantes aun así demuestran sostenibilidad.

Finalmente, se tiene como propuesta un análisis FODA de fuerza cruzadas, en busca de combinar los puntos positivos y negativos para potenciar las fortalezas de los emprendimientos, aprovechar las oportunidades, neutralizar las amenazas y corregir las debilidades de la zona de estudio.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Análisis del desarrollo de la economía naranja en los emprendimientos de la Plaza Guayarte en la ciudad de Guayaquil, Ecuador

1.2 Planteamiento del problema

La innovación tiene como base el crear nuevas ideas con productos y servicios base o bien originando nuevos, para su posterior integración al mercado común, que generen un mayor valor a estos brindando más porcentaje en resultados y conformidad. sostenibilidad en tiempo los negocios, en este sentido García (2012) afirma que:

Es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, sino también, introducirlo en el mercado. (p. 13)

Tal como se mencionó, la innovación es crear procesos o productos novedosos, en ciertos casos mejorar los ya existentes con agregados nuevos; para que así quienes integran el mercado de competencias poder atraer una mayor demanda de sus productos o servicios. Valencia (2019) alude que:

La innovación es un factor relevante para el crecimiento de los negocios, resalta los procesos económicos en una comunidad, fundamentando las normas con desarrollo situacional en un mercado determinado. A su vez permite la variación de distintos productos para satisfacer nuevas necesidades. (p. 7)

Con esto se parte en que los emprendimientos, en el caso o situación del Ecuador, forman parte de un pilar importante en la economía nacional por ser la fuente de ingresos para las familias ecuatorianas. La pertinencia es la consideración para una empresa en crecimiento o recién integrada; esto con el motivo de promover su producto o servicio en cuestión a todos

y evitar el cierre de su negocio. La situación actual, con el avance del desarrollo de tecnologías en las naciones de primer mundo, esto obliga al resto de las sociedades en subdesarrollo a innovar para poder mantenerse en esta competencia global, estos países quienes con un menor grado tecnológico deben progresar a su modo. Según Orellana (2017) menciona que:

Asistimos a la denominada economía de la innovación, cuya tendencia a depender del conocimiento y la tecnología como actividad innovadora es clave para el Ecuador y tiene implicaciones en la competitividad empresarial. Dado que Ecuador se ubica en el ranking internacional de innovación en el puesto 92 y en el 91 de competitividad global al 2017 de un total de 127 países. (p. 14)

En América Latina los emprendimientos generan ingresos para muchas familias, por el problema de la falta de oportunidades o la precarización, esto hace que muchos jóvenes y adultos busquen una solución al desempleo a través del emprendimiento, y mucho mejor será si éste viene acompañado con innovación. Por su parte, en Ecuador en la época postpandemia COVID 19, por la pérdida de varias plazas de empleo y las necesidades de las familias, hubo una creciente tendencia de emprendimientos nuevos, por productos y servicios vistos en línea o recomendaciones; con su rápida popularización en el territorio nacional, varios presentan ciertas problemáticas en torno a títulos, dificultades para permisos, tiempos de espera, y entre otros. En este sentido, el aporte de Aguilar (2017) alega que es necesario que en el país se generen políticas que promuevan no solo la creación de nuevos emprendimientos, sino que estos perduren en el tiempo y que tengan procesos de innovación en la vida de éstos, por ello menciona que:

En la actualidad Ecuador se encuentra en la posición de 139 de 185 países en el Índice Doing Business, esto denota que Ecuador tiene varios obstáculos para que el emprendimiento motor de economías se desarrolle de una manera óptima permitiendo a los emprendedores fundar empresas nuevas que se mantengan en el largo plazo y no se disuelvan al poco tiempo de iniciada. (p. 16)

El autor Benavente (2018) cita que “la economía naranja (o creativa) se define como el grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos” (p. 5), y para la UNESCO (2013) son “las industrias culturales y creativas son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de

contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural” (p. 16). Estos conceptos se ligan mucho al de innovar, por la relación en crear o mejorar ideas para el desarrollo y promoción de proyectos, se busca crear un plus con el cual generar un interés mayor en los consumidores y buscar una forma de identificación propia u original en el mercado de competencias.

En Guayaquil la Plaza Guayarte, que inició actividades el 29 de noviembre del 2018, es considerada una unión entre plaza de artes, gastronomía y emprendimientos; se encuentra ubicada en el norte de la ciudad, a un lado de la Avenida Kennedy (Universidad de Guayaquil) con 25 locales y del lado de la Avenida Carlos Julio Arosemena (Universidad Católica), con 27 locales, resultando en un total de 52 locales, con centros para entretenimiento y recreación nocturna y comerciales. De los cuales un gran número pueden asociarse a la innovación o la economía naranja, en este sentido se presenta su capacidad, porcentaje de innovación y también la espera de la aplicación apropiada de la economía naranja, para que estos crezcan en ingresos.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo la aplicación de la Economía Naranja ha impulsado la innovación en los emprendimientos de la Plaza Guayarte de la ciudad de Guayaquil estímulo a los locales de la zona?

1.4 Objetivo General

Analizar el desarrollo de la innovación y la economía naranja que se presenta en los emprendimientos del sector Guayarte de la ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas, Ecuador.

1.5 Objetivos Específicos

- Sistematizar los antecedentes y la base teórica relacionada con la innovación presente en los emprendimientos de la Plaza Guayarte.
- Indagar sobre la situación del desarrollo de la innovación y la economía naranja en los emprendimientos de la Plaza Guayarte.
- Elaborar un análisis de fuerzas cruzadas (FODA), para los emprendimientos que aplican Economía Naranja en la Plaza Guayarte.

1.6 Delimitación de la investigación

- **Espacial:** Plaza Guayarte, ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil lateral a la Av. Kennedy (Universidad de Guayaquil) y lateral a la Av. Carlos Julio Arosemena (Universidad Católica)
- **Temporal:** abril 2022 a enero 2023

1.7 Idea a Defender

La aplicación de la Economía naranja en los emprendimientos de la Plaza Guayarte de la ciudad de Guayaquil, permitirá optimizar su productividad y rentabilidad.

1.8 Línea de investigación

La presente investigación, se relaciona con la Línea institucional dos de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil: derechos humanos y gestión de la comunicación. Además, con la Línea de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho: “Desarrollo, sostenibilidad económica y matriz productiva.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Referenciales

Tabla 1.

Antecedente 1

Factores	Detalles
Título	Análisis del desarrollo de la economía naranja en los emprendimientos juveniles en la zona del Puerto Santa Ana de Guayaquil
Institución	Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Año	2020
Autor (es)	Gabriela Belén Morán Vidal
Ciudad y País	Guayaquil, Ecuador
Problema	Resumen de la investigación ¿De qué manera la economía naranja incide en los emprendimientos ubicados en el sector del Puerto Santa Ana de la ciudad de Guayaquil?
Objetivo	Analizar el comportamiento de los emprendimientos juveniles en base al desarrollo de la economía naranja de la zona del Puerto Santa Ana en la ciudad de Guayaquil.
Metodología	Enfoque: Cuantitativo Tipo de investigación: Descriptiva, documental Método: Cuantitativo método estadístico Técnicas: Cuantitativo ENCUESTA
Resultados	Adentrándose en Ecuador, este modelo económico se encuentra aún en desarrollo debido a la falta de estructura e impulso del sector, enfrentando diversos retos, entre ellos, el fortalecimiento de la matriz productiva. Sin embargo, a pesar de las limitaciones, Ecuador figura como el principal país de Latinoamérica con la tasa de emprendimiento más alta (36%); es decir, es el país con más emprendedores a nivel mundial, principalmente en los sectores de la comunicación, actividades profesionales, científicas, de manufactura y comercio
Conclusiones	El diagnóstico realizado a los emprendimientos de la zona de puerto Santa Ana de la ciudad de Guayaquil, que aplican el modelo de economía naranja destaca por estar compuesto de jóvenes emprendedores que fluctúa entre los 18 – 35 años de edad, quienes consideran que aplicar este modelo innovador y creativo en sus negocios es beneficioso a mediano y largo plazo, a pesar del alto costo de la inversión inicial y un alto índice de miedo a fracasar.

Fuente: Morán M (2020)

Tabla 2.
Antecedente 2

Factor	Detalle
Título	Análisis de la dinamización de las empresas de turismo cultural por la inserción de la economía naranja en la ciudad de Quito en el periodo 2015-2017
Institución	Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito
Año	2019
Autor (es)	Klever José Gavidia Chamorro
Ciudad y País	Guayaquil, Ecuador
	Resumen de la investigación
Problema	¿De qué manera la economía naranja incide en los emprendimientos ubicados en el sector del Puerto Santa Ana de la ciudad de Guayaquil
Objetivo	El problema que constituye el escaso conocimiento sobre lo que es la economía naranja, así como la forma en la que la misma puede ser implementada en las empresas de turismo patrimonial.
Metodología	Enfoque: Cuantitativo Tipo de investigación: Descriptiva, documental Método: Cuantitativo método estadístico Técnicas: Cuantitativo Encuesta
Resultados	La economía naranja es muy poco conocida dentro del entorno nacional. En el caso del Ecuador existe información muy general involucrada sobre todo en la innovación y creatividad cultural contemplada en organismos como el Ministerio de Cultura y Patrimonio, así como el Ministerio de Turismo. Estos datos reflejan un resultado alentador respecto a la generación de empleo por parte de esta economía y el sector del turismo cultural solo en la ciudad de Quito de acuerdo a información de la Empresa Metropolitana de Turismo.
Conclusiones	Es necesario concebir el potencial turístico que posee el país y sobre todo la ciudad de Quito que es una de las urbes más visitadas por el turismo nacional y extranjero para ser administrada como una actividad prioritaria en la generación de actividades de desarrollo cultural de innovación

Fuente: Gavidia K (2019)

Tabla 3.
Antecedente 3

Factor	Detalle
Título	Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador
Institución	Universidad Andina Simón Bolívar
Año	2018
Autor (es)	Mario Andrés Erazo Merino
Ciudad y País	Quito, Ecuador
Resumen de la investigación	
Problema	¿De qué manera la economía naranja incide en los emprendimientos ubicados en el sector del Puerto Santa Ana de la ciudad de Guayaquil?
Objetivo	El objetivo general planteado para este estudio es el análisis de la situación de la innovación en las empresas del Ecuador. Enfoque: Mixto
Metodología	Tipo de investigación: Campo Método: Cuantitativo método estadístico Técnicas: Cuantitativo Encuesta - Entrevista
Resultados	La economía naranja es muy poco conocida dentro del entorno nacional. En el caso del Ecuador existe información muy general involucrada sobre todo en la innovación y creatividad cultural contemplada en organismos como el Ministerio de Cultura y Patrimonio, así como el Ministerio de Turismo. Estos datos reflejan un resultado alentador respecto a la generación de empleo por parte de esta economía y el sector del turismo cultural solo en la ciudad de Quito de acuerdo a información de la Empresa Metropolitana de Turismo. No hay modelos que cuantifiquen los ingresos de la economía naranja en la ciudad, pero se puede proyectar que actualmente el medio artístico, innovación y desarrollo está dando mucho para hablar y analizar y se espera que para el nuevo censo 2020 se pueda encontrar datos y cifras exactas de su aporte como se lo puede medir Es necesario concebir el potencial turístico que posee el país y sobre todo la ciudad de Quito que es una de las urbes más visitadas por el
Conclusiones	turismo nacional y extranjero para ser administrada como una actividad prioritaria en la generación de actividades de desarrollo cultural de innovación

Fuente: Erazo M (2018)

Tabla 4.
Antecedente 4

Factor	Detalle
Título	“Pertinencia de la economía naranja en la ciudad de Guayaquil, periodo 2013-2017”
Institución	Universidad de Guayaquil
Año	2018
Autor (es)	Gema Párraga Loor
Ciudad y País	Guayaquil, Ecuador
	Resumen de la investigación
Problema	¿De qué manera influye la producción de bienes y servicios artísticos y culturales para el desarrollo económico de la ciudad de Guayaquil?
Objetivo	Estimar el tamaño del sector de las actividades orientadas a la economía naranja.
Metodología	Para la elaboración del trabajo de titulación “Pertinencia de la economía naranja en el desarrollo socioeconómico de la ciudad de Guayaquil” se ha previsto utilizar el método descriptivo o explicativo a partir de la recopilación y el análisis de la información bibliográfica relevante sobre la economía naranja.
Resultados	No hay modelos que cuantifiquen los ingresos de la economía naranja en la ciudad, pero se puede proyectar que actualmente el medio artístico, innovación y desarrollo está dando mucho para hablar y analizar y se espera que para el nuevo censo 2020 se pueda encontrar datos y cifras exactas de su aporte como se lo puede medir
Conclusiones	Según nuestra investigación la economía naranja ha influido en el desarrollo cultural social y económico de la ciudad de Guayaquil, pudiendo sólo indicarse en términos sociales al no poder cuantificarse en cifras monetarias el aporte de cada uno de estos sitios, debido a que la entrada de muchos es sin fines de lucro y podemos verlo en esta investigación. Evidenciando una vez más la falta de recopilación de información para la construcción de estadísticas económicas sobre el sector cultural en el Ecuador y para la ciudad. Es necesario iniciar los procesos de recolección, procesamiento, análisis, estudio y difusión de información sobre la oferta y la demanda cultural en sentido económico

Fuente: Párraga G (2018)

Tabla 5.
Antecedente 5

Factor	Detalle
Título	Influencia de la economía naranja en el desarrollo cultural y comunicativo. Caso Universidad Espíritu Santo
Institución	Universidad Espíritu Santo
Año	2018
Autor (es)	Alana María Gutiérrez Álvarez
Ciudad y País	Guayaquil, Ecuador
	Resumen de la investigación
Problema	Se busca evaluar la incidencia de la Economía Naranja dentro del ámbito cultural y de comunicación de la UEES.
Objetivo	Estimar el tamaño del sector de las actividades orientadas a la economía naranja. Enfoque: Cuantitativo
Metodología	Tipo de investigación: Descriptiva, Documental Método: Cuantitativo método estadístico Técnicas: Cuantitativo Encuesta
Resultados	Los resultados reflejaron que los estudiantes no muestran mucho interés en involucrarse en las actividades extracurriculares que la universidad realiza por diversas razones. Luego de la evaluación, se evidencia que la influencia de la Economía Naranja en el ámbito cultural y de comunicación de la UEES aún no alcanza un poder significativo para los estudiantes dentro de su desarrollo socio educativo.
Conclusiones	Como conclusión, se puede evidenciar que la influencia de la Economía Naranja aún no alcanza un poder significativo dentro del ámbito cultural y de comunicación de la UEES. Si bien es cierto, ésta existe como una propuesta latente, mas no como una prioridad para los estudiantes dentro de su desarrollo socio educativo. Y hoy en día, en una época en la que los campos de la creatividad forman un complemento junto con la formación académica, representa una gran desventaja.

Fuente: Gutiérrez A (2018)

2.2 Fundamentación teórica

2.2.1 Antecedentes de la Economía Naranja

“Mediante el color naranja es común asociarlo con factores como: cultura, creatividad, identidad; concepto que se originó en el siglo XXI, siendo el resultado de los cambios frecuentes en la época de la ciencia y la tecnología” según lo expuesto por Buitrago & Duque (2013) quienes definen el concepto de economía naranja que se utilizó por primera ocasión en Australia por el informe nacional Nación Creativa, siendo el primer plan de desarrollo de políticas culturales en la localidad. Según el informe, ofrece información relacionada con el área cultural, ofreciendo inversiones dentro del mismo desarrollo económico. También se conoce a la economía naranja como la clasificación que constituye el conjunto de sectores productivos que se asocia con: artes visuales, artes escénicas y la difusión de riquezas culturales e históricas de una localidad determinada. La escultura, pintura, fotografía, música, artesanía, diseño, teatro, danza, gastronomía, festivales tradicionales son la justificación creativa de las actividades enfocadas en la rama de la economía naranja.

Según lo argumenta el autor destacado en el área John Howkins, las actividades naranjas han representado un 7,1% del producto interno bruto (PIB) mundial, cifra que resalto en el año 2005, su dinamismo ha incrementado exponencialmente con en conjunto con el soporte de la digitalización y las tecnologías de la información y comunicación (TIC). De la misma forma, los sectores se han caracterizado por sus capacidades de residencia por la ocurrencia de situaciones exógenos adversos, que han permitido la recuperación rápida, luego de pasar por la crisis financiera global en el año 2009, que han emergido como alternativa en procesos de diversificación en la economía.

Las industrias culturales y creativas en esencia poseen una oferta interconectada, su manera de funcionar es en una dinámica de clústeres con fuertes articulaciones productivas, que son capaces de estimular actividades tales como: turismo, manufactura, transporte y el comercio común. De la misma forma, también ofrece oportunidades para el ejercicio, fortalecimiento integral regional, expandiendo las conexiones culturales y comerciales mediante el intercambio de contenido creativo, transporte y comercio.

2.2.2 Definiciones de Economía Naranja por diferentes autores

Actualmente el sector de la salud ha dejado un rol individual para volver en un factor colectivo, de esa forma los gobiernos a nivel general y local en todo el mundo han estado involucrados en ese aspecto, diseñando y definiendo políticas públicas orientadas al bienestar y la salud de los pobladores, generando un impacto en la salud pública; el poder político de los gobiernos influyendo en la distribución de los recursos para la provisión del servicio de la salud.

La creatividad es el motor de la innovación que puede ayudar a la diversificación como instrumento elemental para contribuir a la economía competitiva a nivel internacional, en base al conocimiento. Una de las áreas de desarrollo es la comúnmente conocida como economía naranja, siendo el conjunto de actividades que de forma encadenada ha permitido que las ideas puedan ser transformadas en productos o servicios, cuyo valor puede ser en base a la propiedad intelectual, según lo ha definido el Banco Internacional de Desarrollo (BID, 2017, p. 1)

La organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura ha definido que “las industrias culturales y creativas son aquellas instituciones que combinan la creatividad, producción y comercialización en contenido creativo, que se manifiesten de forma intangible y natural cultural” (UNESCO, 2013, p. 16). Mismos contenidos que están comúnmente protegidos por el derecho del autor, tomando forma de un producto o servicio. Incluyendo también la producción artística cultural, arquitectura y publicidad. Tomando en cuenta lo anterior, se justifica que la economía naranja está relacionada con la propiedad intelectual, creatividad y habilidad que poseen las persona, y representa la unión entre el factor económico y cultural, enfocado en las características que pueden desarrollar las buenas ideas, posibilitando no solo el emprendimiento, sino negocios rentables.

2.2.3 Caracterización de la Economía Naranja en la sociedad

“La cultura y economía constituyen partes elementales en el desarrollo de una sociedad, que se complementa y potencializa mutuamente” según (Álvarez, 2010, p. 28). En la economía naranja como se visualiza en el documento, es una actividad que se transforma en ideas de productos y servicios culturales, enfocándose primordialmente en la propiedad intelectual, en conjunto con los derechos del autor, por tanto, mediante los valores culturales,

que también es fuente de mayor productividad e innovación, por lo que la industria está asociada con nuevas maneras de producir nuevos y mejores productos y servicios.

Conformado por dos elementos primordiales, el primero se enfoca en las industrias culturales convencionales, que se las relaciona con la economía cultural, y las industrias creativas, el segundo está basada en la creatividad y la diferenciación, que son áreas de soporte a la creatividad y la innovación. Tomando en cuenta lo anterior, la industria creativa es el centro de la economía naranja, caracterizándose en:

- ✓ Posee contenido cultural, patrimonial y artístico.
- ✓ Posee componentes enfocados en la producción, donde incluye la creatividad y la innovación.
- ✓ La propiedad y el derecho de autor en los productos, servicio y actividades que de la está constituida.
- ✓ Es de naturaleza doble relacionada con factores como la innovación, la recreación; la primera es del tipo económico, que genera riqueza y empleo; la segunda es de tipo cultural que genera valores, sentido de pertinencia e identidad.

La economía naranja se compone de las siguientes categorías:

Es elemental que la economía naranja posea y tenga en cuenta primordialmente en el desarrollo de la creatividad, siendo el pilar del progreso y el impacto social, que ha generado oportunidades y mayores alternativas, cambiando las posibilidades en el momento en que se asume que una economía conlleva más que los tradicional (Luzardo, De Jesús y Pérez, 2017).

Considerando lo anterior, la economía naranja se enfoca en la importancia de generar valor a la propiedad intelectual, mediante la generación de creatividad, innovación, riqueza, empleo y por último impacto social; lo que ha conllevado a convertirse en un impulsor de desarrollo en las economías.

La economía naranja de alguna forma ha buscado dejar la dependencia en el sector primario, buscando que, mediante la creatividad, innovación y tecnología, se pueda generar un impacto positivo en el desarrollo social y económico de los distintos países, lo que ha generado que se desarrollen oportunidades de comercio, local como

internacional, lo que ha permitido que la competitividad aumente, y mejore la calidad de vida de los pobladores (Gutiérrez, 2018).

2.2.4 Teoría de la Innovación

La innovación ha logrado convertirse en un concepto que se usa cada vez más constantemente en cualquier tipo de hábitos. Lo que ha permitido que se consolide entre un número de profesionales en relación con la economía, gestiones empresariales, sociología, y geografía. Se plantea la idea para que sea un esfuerzo de innovación sostenido, comprendiendo como la capacidad de generar e incorporar conocimientos puede dar respuestas creativas a problemas actuales, resultándose que existe un factor para mejorar la competitividad en las organizaciones, y favorecer el desarrollo en los territorios. No solamente basándose en términos de crecimiento económico, sino desde un punto de vista más integrado. También se considera a la innovación como un concepto amplio y consecuente, compuesto de clasificación de innovación, que se ha desarrollado y aplicado en la literatura económica. En su mayoría, los investigadores se han enfocado en la tecnología e innovación relacionada, como la introducción de bienes que requieren cambios radicales en sus procesos de producción. El concepto de innovación, también se puede considerar factor más allá de lo radical y la tecnología.

Se puede considerar un concepto corto de innovar, al cambio que se les da a las cosas existentes, aplicando factores novedosos, en el ámbito económico es elemental, debido a que un bien novedoso es lo que hace que despierte el interés de los consumidores, persuadiendo a que realicen una compra o consumo, ganando territorio en el mercado y sobreponiéndose ante la competencia. Michael Porter (1993) explica que:

La innovación no solo está constituida por nuevas tecnologías, sino también por innovadores métodos y maneras de realizar las cosas que podrían hasta resultar relevantes para muchos. La innovación también representa la manifestación de nuevos diseños de productos, formas de vender, entrenar, organizar, etc. Haciendo que la innovación pueda realizarse ante cualquier actividad en la cadena de valor, donde las organizaciones podrán desarrollar y conseguir ventajas competitivas sostenibles (p. 579)

El importante autor Andrés Oppenheimer (2014), argumenta que “cuando se habla de innovación comúnmente se lo relaciona con la tecnología, pero innovar es un elemento que

conlleva más, todas las personas pueden ser innovadoras, teniendo la capacidad de inventar, reinventar frecuentemente” (p. 6). Es importante que en las empresas por pequeños o grandes que sean, se requiere un plus frecuente en sus actividades, el mismo relacionado con la innovación, con la finalidad que la competencia pueda sobreponerse a la idea de negocios.

El autor Joseph Schumpeter (1939) define que “la innovación como introducción en el mercado de un nuevo bien, servicio o proceso, es capaz de aportar elementos diferenciadores, ante la apertura de un nuevo mercado o en el descubrimiento de nuevas fuentes de materias primas o bienes intermedios” (p. 14). Schumpeter (1939) plantea que su teoría ha influenciado enormemente en teorías acerca de la innovación, el autor afirma que en el desarrollo económico ha sido impulsado por la innovación por medio de procesos dinámicos, con las nuevas tecnologías que sustituyen a las viejas y tradicionales o como se conoce como destrucción creativa. Bajo su concepto, las innovaciones radicales han creado cambios elementales, mientras que las incrementales han avanzado frecuentemente en los procesos de cambios. También propuso un listado conformado por cinco tipos de innovación que son: introducción de nuevos productos con nuevos métodos de producción; apertura a nuevos mercados, desarrollo de fuentes nuevas de abastecimiento por materia prima, creación y desarrollo de nuevas estructuras de mercado sectoriales.

El influyente sociólogo Estadounidense Everett Rogers (2004) argumenta en su trabajo “teoría de la difusión de invocaciones” explica que “el modelo describe el proceso por medio en que la innovación ha sido definida como una idea, practica y objeto que percibe como nuevo por la persona, es comunicada mediante específicos canales que con el tiempo han permanecido a un sistema social”.

2.2.5 Teoría de Emprendimiento

Considerada una de las ciencias que posee relación directa con el emprendimiento es la economía. La relación es considerada clara desde la microeconomía con la teoría de la oferta y la demanda, la teoría del consumidor o la producción, incluso las teorías modernas como la de los juegos. “Es común encontrar artículos de los últimos años donde se relaciona al emprendimiento con la macroeconomía, en el momento de implementar indicadores agregados para la toma de decisiones en procesos de emprendimiento con proyección o influencia internacional” Boumol (1968). Según algunos destacados autores, “no es posible hablar de

emprendimiento en casos donde no está relacionado con términos como: cambios, creatividad o innovación” (Brazeal y Herbert, 1999). El emprendedor en considera el agente de cambios que debe estar pendiente de las transformaciones en el entorno y tener la capacidad de adaptarse. En el análisis de una organización desde la teoría general de sistemas, gran parte de las compañías, son un sistema social abierto y adaptativo, lo que significa que su entorno puede ser: político, económico, tecnológico o social; lo que significa que tiene cierto nivel de influencia y las organizaciones deben adaptarse (Bertalanffy, 1984; Johansen, 1992).

La innovación va en conjunto con el emprendimiento, ya que es la pieza clave para que el éxito en la demanda por parte de los consumidores; desde que empezó a usarse el término “emprender” se lo ha considerado como la acción que da origen a nuevas ideas de negocios, ya sea en productos o servicios, lo que forma parte en el mercado, generando ingresos y altas plazas de trabajo. en lo mencionado por los autores Papanek (1962), planteado por Harris (1970) explica que:

Existen ciertas condiciones económicas favorables, en el emprendimiento y el crecimiento económico que toma lugar. Según varios investigadores, el desarrollo emprendedor consiste en la función de los incentivos económicos, donde el vínculo entre las ganancias económicas y el impulso interno puede desarrollarse con el emprendedor y la ganancia económica, considera la condición suficiente en el origen de las iniciativas emprendedoras de la economía (Mohanty, 2006).

Casson (1982) expone que:

La demanda de emprendimiento está relacionada con la necesidad de ajustarse al cambio, en cambio la oferta de emprendimiento está limitada debido a la escasez de las características personales deseadas. De la misma forma se plantea que para convertirse en un emprendedor exitoso, debe comprender ciertas cualidades innatas, en la que destaca el factor de la imaginación (Cherukara & Manalel, 2011).

El destacado autor Knight (1921) expone que:

Los emprendedores están conformados por el grupo de individuos que ocupan riesgos y lidian con la incertidumbre, identificando al emprendedor como la persona

destinataria de las ganancias e identifican a las ganancias como aquellas recompensas al emprendedor por asumir los costos de la incertidumbre.

El autor Joseph Alois Schumpeter menciona que:

“La relación en función de los emprendedores es reformar, revolucionar el patrón de producción, al explotar la inversión, o conocida también como la posibilidad técnica no probada. Haciéndose cargo de aspectos nuevos, es difícil, contribuyendo a una función económica diferente, ya que se encuentra fuera de las actividades acostumbradas y que todos comprendan, también debido a que el entorno suele resistirse a las muchas formas de un simple rechazo a poder financiar o comprar ideas nuevas, hasta cuando un ataque físico al hombre que ha intentado producirlo”.

El autor Schumpeter comprendía que el emprendedor es la persona extraordinaria que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Tomando en cuenta que la naturaleza de un sistema económico no puede permitir el equilibrio estático, lo que sería una interrupción por el esfuerzo implementado por los emprendedores, donde determinan las nuevas posiciones monopólicas mediante la introducción de las innovaciones”. Los incentivos para las mismas son las actividades que serían las ganancias o rentas monopólicas que el emprendedor percibe como tal.

2.2.6 Teoría de la creatividad

Para tener un acercamiento al constructo creativo, se inicia una exploración en sus definiciones, para encontrar no solo las palabras sinónimas, sino diversas orientaciones acerca del constructo en base a las teorías antiguas y modernas. Se da importancia en algunos casos, al potencial y condiciones, habilidades innatas que las personas poseen para crear, innovar, reformar. En lo citado por Corbalán y otros autores (2003, p. 15).

Acerca de las teorías sobre la creatividad. Se ha encontrado distintos enfoques. Las teorías que se denominan a continuación, en su mayoría han sido diseñadas y desarrolladas, por investigadores con interés en el tema. “existe una confluencia elemental acerca de las teorías actuales de la creatividad, que, mediante paradigmas y métodos varios, han hecho propuestas compatibles e integradoras”.

Referente a varias teorías que ha citado Solar (1991, p. 26-27), y Molina, Pierre y Sáenz (1995, p. 43-44), son teorías basadas en el psicoanálisis, teorías perceptuales de la Gestalt, donde se utiliza el termino: pensamiento creativo; y el termino: solución de problemas; en la teoría humanista las variables sociales e interpersonales desarrollan un papel elemental en el desarrollo o bloqueo de la creatividad. Se menciona también la teoría factorial, que se ubica a Guilford y Torrance, donde se estudia el comportamiento creador mediante métodos experimentales y teóricos. Concluyendo se menciona también la teoría psicofisiológica en base a la lateralización y codificación de los hemisferios cerebrales.

El autor Goñi (2000, pp. 69-105) halla también distintos autores que han brindado aportes importantes en los planteamientos teóricos, entre ellos donde citan: la teleología de un acto creativo, donde procesos creativos se desarrollan de acuerdo con las exigencias en un nivel teleológico en las actividades mentales. Se menciona también la teoría nombrada vida y creación, enfocándose en las personas artísticas la teoría psicológica analítica y el arte poético, mostrándose con enfoque anti racional de la creatividad. En las teorías también se mencionan acerca de los procesos mentales preconscientes y que siguen la línea de estudio de la regresión al servicio del ego; en la teoría que proporciona seguimiento a la labor artística se la denomina descubrimiento del proceso creativo; en la teoría de enfoques psicológicos de ciencia y creatividad y creatividad, se centra en el proceso creativo; en la teoría psicológica creativa se la relaciona con las diferencias personales y propone el estudio mediante pruebas y escala de medición.

En teorías donde se realiza investigación conformadas por dos, son las de Guilford y Torrance. Donde la teoría denominada análisis de factores, intelecto, y creatividad se le atribuyen a Guilford. En ella se destacan tres categorías: contenido, operación y productos. En la categoría de operación resalta el factor general de la operación divergente siendo considerada una de las operaciones creativas que representan la fluidez, flexibilidad y originalidad en procesos que estén involucrados con el pensamiento. La otra teoría que resalta es la educación y creatividad, del psicólogo educativos Paul Torrance, realizando diversas investigaciones acerca de la relación con el pensamiento divergente y el desarrollo de distintas pruebas acerca de los procesos del pensamiento creativo sobre características de productos y personalidades creativas.

En síntesis, los distintos términos están asociados con la creatividad, que proviene de teorías elaboradas por investigadores influyentes que de forma experimental o no, les otorga seguimiento en sus descubrimientos, intercambiando información o realizando observaciones críticas a lo que plantean los autores.

2.2.7 Ecosistema emprendedor

En el ecosistema y emprendimiento son considerados dos términos que se han convertido en comunes, pero en las ciencias administrativas se han adquirido importancia en los últimos años. La Real Academia Española (2019) expone que:

El ecosistema como la comunidad de persona cuyos procesos importantes se los relaciona entre sí, desarrollándose en función de factores físicos de un mismo ambiente”. En el emprendimiento, relacionado como la acción y efecto de comprender, resaltando acerca de acometer una obra. Por su parte, el emprendedor como adjetivo, se lo relaciona a que emprende con resolución acciones empresariales innovadoras”. Concluyendo, emprender como acometer e iniciar una obra, negocio, empeño, encerrando la dificultad o peligro.

Por tanto, lo anterior es considerado lo que puede definir como un ecosistema de emprendimiento como la comunidad en que diferentes actores, y procesos que relacionan entre sí, desarrollándose en función de un mismo ambiente; donde se puede iniciar un negocio específico. El autor Dubini (1989) es considerado uno de los primeros en que uso el termino ecosistema para la relación en los negocios, que originalmente lo considero un entorno para definir cualidades por la que participan las organizaciones familiares, así como la economía diversa, modelos de seguimientos y una sólida infraestructura organizacional, y la disponibilidad de capital de inversión, cultura empresarial de apoyo y el incentivo en la (citado en Spigel, 2015).

En el año 1993, el autor James Moore, realizo una invitación a que una organización no sea visualizada únicamente como un miembro de una industria, sector, sino como un ecosistema empresarial. Mediante el documento de su autoría, que se publicó en la revista Harvard Business Review y titulado Predadores y presas: hacia nuevas ecologías de la competencia que se vincula con estrategias y enfoque sistémico. También define al ecosistema

organizacional como la agrupación de empresas que suman a las habilidades en torno a las nuevas innovaciones, colaborando y trabajando entre sí para el desarrollo de nuevos productos en la satisfacción de los clientes. Para el autor, un ecosistema biológico se transforma gradualmente en una comunidad estructurada, que se fortalece debido al capital y el interés del cliente y el interés que genera las nuevas innovaciones.

El autor Spilling (1996) posteriormente define al ecosistema de emprendedor como “la complejidad de actores, roles y factores ambientales que han interactuado en establecer el desempeño organizacional de una región o localidad” (citado en Marulanda Valencia, 2016). El autor Daniel Isenberg (2011) considera que un ecosistema de emprendimiento se representa como una efectiva estrategia para estimular el desarrollo y la prosperidad económica, y lo define como la interrelación y acción que surge entre distintos factores en la política, financiamiento, cultura, soporte, capital humano y mercado, que propicia las condiciones adecuadas para el nacimiento de nuevas organizaciones. El autor De los Santos (2017) menciona que el ecosistema es un “sistema el cual interactúa de forma coordinada y sistemática en un conjunto de actores y agentes públicos y privados” afirmando que en México el reto es conectar subsistemas y recursos donde se obtenga del mercado.

Los autores han coincidido que existen distintas cualidades y variables que conforman a un ecosistema de emprendimiento, también uno de los autores cuyas investigaciones han sobresalido en los últimos años Daniel Isenberg, quien en el año 2011 desarrollo un diagrama en donde presenta dominios que componen el ecosistema de emprendimiento: política, finanzas, cultura, soporte, capital humano y mercados.

2.3 Marco Legal

Para justificar la pertinencia e importancia de la actual investigación, se exponen y analizan las diferentes regulaciones a nivel nacional e internacional de forma que sustente de manera concisa y promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, en el empleo pleno y productivo y el trabajo decente de todos. En el aspecto internacional mediante las naciones unidas (2016), por medio de objetivos en el desarrollo sostenible en el objetivo nueve: Industria, innovación e infraestructura explica que una de sus metas es:

Brindar apoyo en el desarrollo de tecnologías, la investigación e innovación nacionales en países en desarrollo, garantizando que el entorno sea normativo propicio a la diversificación industrial, y la adición de valores a productos básicos, entre otros aspectos (Naciones Unidas, 2016, p. 47).

También resalta que en el desarrollo de una población mediante factores como la innovación es considerado una meta de las autoridades competentes.

3) en la formación del talento humano que es la variable primordial de una economía social que se basa en los conocimientos, creatividad e innovación, por la razón que se debe tener excelencia y distribución democráticamente.

4) en el conocimiento se desarrollará de forma colaborativa y responsable.

14) en la creatividad es elemental que las persona representan un factor transcendental en la economía social de los conocimientos, la creatividad y la innovación.

El código también manifiesta en el inciso 14 del artículo 4, sobre aquellos principios en las disposiciones comunes a la economía social en los conocimientos, creatividad e innovación que la (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2016, p. 5). El estado debe reconocer, proteger e incentivar, la creatividad en el mecanismo fundamental de solución de problemas, satisfaciendo las necesidades de la población y la realización individual en interrelación con la investigación de interés, la innovación social y conocimientos tradicionales. En el país Ecuador existe en el código orgánica en la económica social de conocimientos, creatividad e innovación, manifestándose sobre la innovación en los numerales 3, 4 y 14 del artículo 4 (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2016, p. 6).

En el capítulo I del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2018), en el rol del estado en el desarrollo productivo, manifestándose en el artículo cinco apartado D, para la transformación de la matriz productiva en el estado incentivara la inversión productiva, por medio de fomentos de:

En la generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad por medio de la articulación y coordinación en las iniciativas públicas, privadas y populares, solidarias de innovación y transferencia tecnológica productivas, la vinculación de

investigación en la actividad productiva (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2018, p. 5).

En el título III de la Generación de un Sistema Integral de Innovación, Capacitación Técnica y Emprendimiento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2018) resalta en el artículo once, acerca del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento:

En el consejo de Sectorial de la Producción, por año se desarrolla y diseña un plan de capacitación técnica, que sirve como insumo vinculante en la planificación y priorización de un sistema de innovación, capacitación y emprendimiento en relación de la agenda y Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2018, p. 6).

En conclusión, en el Código Orgánico de la Producción que desempeña el rol del estado en la aplicación de tecnología en la producción, así como la fomentación de innovación en aquellos emprendimientos que se direccionan en el ámbito que tiene como beneficio poder contar con tecnologías que es más ventajoso. En el artículo once, aporte treinta y seis existe una guía de enseñanza que ha permitido tener mejores conocimientos en cómo obtener un desarrollo de emprendimiento eficiente, permitiendo que el emprendimiento tenga viabilidad t este legalmente amparado por el estado.

En lo relacionado a la asamblea del país, donde aún no ha llegado el proyecto de “La Ley de la Economía Naranja” que se está organizando en sectores culturales, aprobados desde la fecha 30 de diciembre del año 2016 la Ley Orgánica de Cultura que se regula sobre información que se maneja con relación a las condiciones de trabajo de artistas, y actores culturales a la cuantificación de los aportes en sectores culturales a la economía. En la recopilación, sintetización y difusión de poner en valor la información en el ámbito cultural y patrimonial que se genera en las instituciones públicas, privadas y comunitarias, la comunidad artística y la ciudadanía en general. En el sistema según sus proponentes, se abre posibilidades de manifestar con registros en la infraestructura cultural que existe en el país.

IEPI: conocido como Instituto Ecuatoriano De Propiedad Intelectual, ente estatal ubicado en Ecuador, que regula y controla la aplicación en las leyes de la propiedad intelectual,

con creaciones. La misión de la entidad es otorgar un servicio público que proteja, difunda y fomente la aplicación de los derechos de la Propiedad Intelectual en todas sus formas, mediante mecanismos modernos de servicio, promoción y difusión.

- **OMPI:** Organización Mundial De La Propiedad Intelectual, siendo el foro mundial que atañe a los servicios, políticas, cooperación e información en material de propiedad intelectual (P.I.). Este organismo de las Naciones Unidas, autofinanciado está conformado con 188 miembros, siendo su misión llevar la iniciativa en el desarrollo de sistemas internacionales P.I. equilibrado y eficiente, que pueda permitir la innovación y creatividad en beneficio de la ciudadanía.

- **ASIPI:** Asociación Interamericana De Propiedad Intelectual, considera el organismo regional interamericano, miembro observador de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) que participa activamente en foros internacionales como uno de los 21 objetivos en donde se agrupa a las personas que se dedican a la atención de temas en relación a la propiedad intelectual en el país, ejerciendo que aquella deseen colaborar con el tema de estudio, difusión y desarrollo y perfeccionamiento de los derechos de la propiedad intelectual y la armonización de los sistemas nacionales relacionados con esta materia.

- **OMC:** Organización Mundial Del Comercio, considerada como a organización que proporciona apertura en el comercio, siendo el foro para que los gobiernos negocien tratados comerciales. En lo primordial la OMC es el sitio en donde los gobiernos miembros acuden para resolver situaciones, problemas comerciales que poseen con otros. Siendo una de las actividades de administración y vigilancia de las normativas acordadas con la OMC, regulando el comercio de mercancía y servicio, en factores como derechos de propiedad.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque de Investigación

Se hará empleo de un enfoque de investigación mixta para el presente proceso, haciendo válido el método inductivo enfocado en el análisis y uso de la información recolectada, aplicado mediante entrevistas y encuestas a los gerentes de los emprendimientos de la zona de estudio, según Ruiz M. et al. definen que:

Es la combinación de los enfoques cuantitativo y cualitativo; en primera instancia, en nuestro trabajo de investigación se aplicó el enfoque cuantitativo para determinar resultados numéricos utilizando la técnica de la encuesta, cualitativamente se recurrió a la tradición de estudio de caso y a entrevistas abiertas a los sujetos de la investigación (2013, p. 1).

3.2 Alcance de Investigación

El alcance de la investigación a usar en el presente trabajo es de tipo descriptivo, se centra en recabar variables de los emprendimientos ubicados en la zona del estudio Plaza Guayarte mediante el empleo de entrevistas a los gerentes de los locales más vistosos y transitados del lugar, donde puedan explicar a mayor detalle como la aplicación de la economía naranja ayudó a impulsarlos entre sus competencias, como mencionan Guevara et al., “El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (2020, p. 171).

3.3 Técnicas e instrumentos de la Investigación

El instrumento por aplicar en la presente para la recopilación de información será una entrevista estructurada, la cual consta de diez preguntas y un espacio de charla abierta (entrevista) dirigida a los gerentes de los emprendimientos establecidos en la Plaza Guayarte, adicionalmente una serie de encuestas dirigidas a los dueños de los demás negocios; cuyo objetivo es detallar cómo la práctica de la economía naranja resulta en rendimiento y rentabilidad a sus emprendimientos.

3.4 Población y muestra

La población se la puede definir como el conjunto o agrupación, sea de personas u otra variable finita, a tomar en cuenta en una investigación a tratar; para el presente desarrollo del trabajo investigativo en la Plaza Guayarte en Guayaquil, Ecuador, se tomarán en consideración los 52 locales de emprendimientos repartidos en la plaza. Según el investigador Pedro López, define a la muestra como:

Un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verán más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. (2004, p. 1).

Para determinar la muestra, se parte de la base de la población comprendida por los 52 emprendimientos, a los cuales se les aplicó la encuesta, se empleando para el muestreo el método aleatorio simple.

3.5 Presentación y análisis de los resultados

3.5.1 Encuesta

Genero

Tabla 6
Género

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	21	40%
Mujer	28	54%
Otro	3	6%
Total	52	100%

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023).

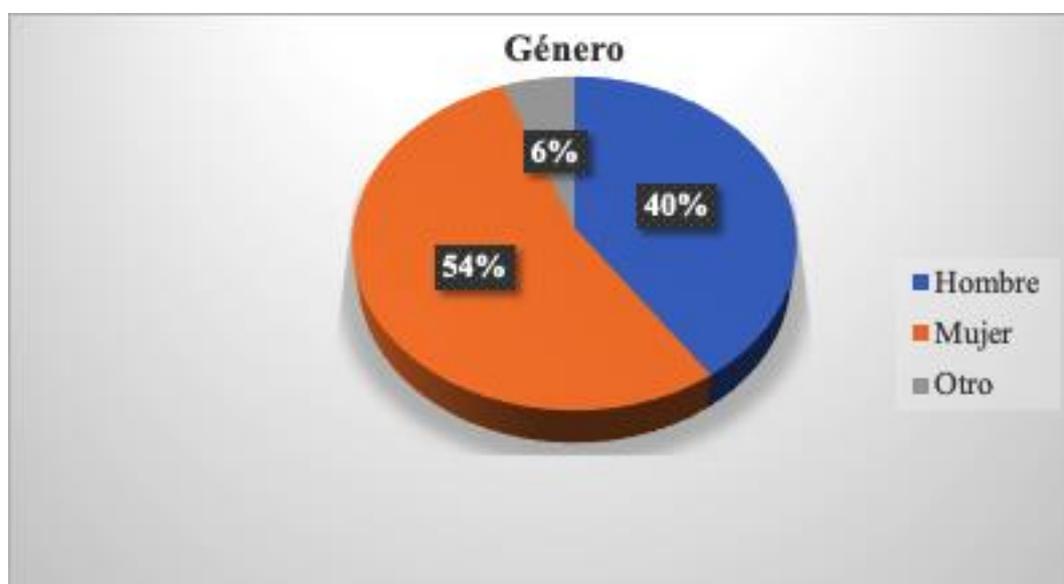


Figura 1.

Género

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023).

Análisis: En una breve observación se denota una mayoría del 54% de mujeres a cargo de locales en la Plaza Guayarte, no tan lejos con un 40% de hombres y 6% en los denominados otro; que el mayor resultado marque en damas es por su capacidad y preparación para el manejo y administración de estos emprendimientos, los varones por su gusto por los licores y bares también posee un porcentaje ciertamente alto, y el resultado de otros sirve para remarcar las ideas de las nuevas generaciones, con su emerger en el mercado e ideas actuales que traen.

¿Cuál es su edad?

Tabla 7

Edad de los propietarios de los emprendimientos en Plaza Guayarte Guayaquil, Ecuador, 2023

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
20 a 24 años	5	10%
25 a 29 años	9	17%
30 a 34 años	15	29%
35 a 39 años	12	23%
40 años o más	11	21%
Total	52	100%

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023).



Figura 2.

Rango de edades de los propietarios de los emprendimientos en Plaza Guayarte Guayaquil, Ecuador, 2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023).

Análisis: Los rangos de edad envían datos donde el mayor porcentaje con un 29% se encuentra en edades de 30 a 34 años y el más bajo con 10% de respuestas, de los 20 a 24 años; los demás resultados también muestran números no muy alejados, pero la importancia cae en que la mayoría de las edades van desde los 29 años en adelante, donde indican que los encuestados que prefirieron a edad más madura enfocarse a estos emprendimientos por las experiencias que han reunido y preparación previa.

Estado Civil

Tabla 8

Estado civil de los propietarios de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	18	35%
Casado	24	46%
Unión de Hecho	7	13%
Divorciado	3	6%
Total	52	1

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023).

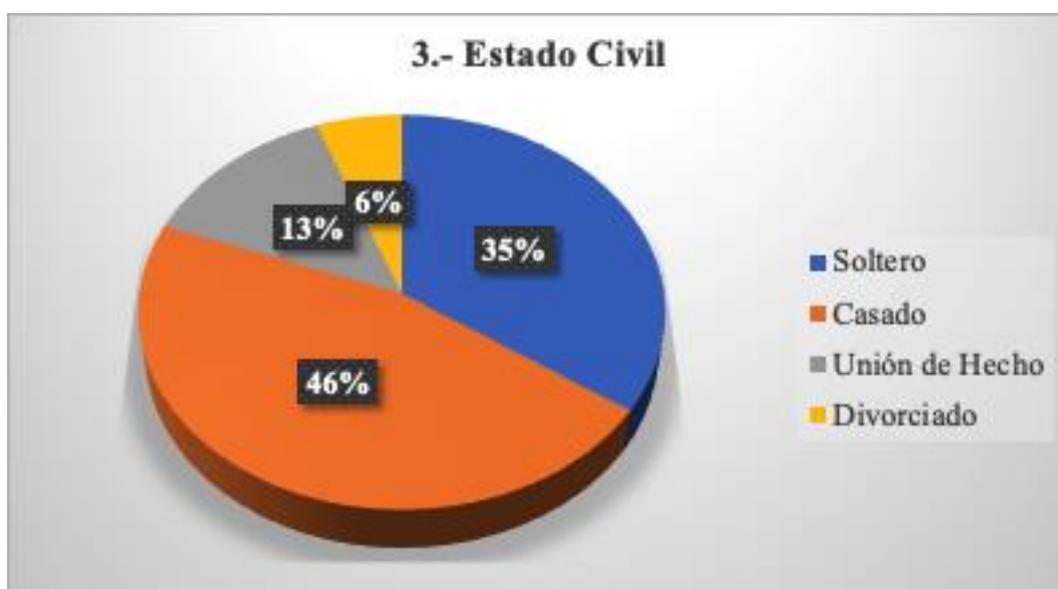


Figura 3.

Estado civil de los propietarios de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023).

Análisis: En cuanto a estado civil hay un número bajo de dueños de estos locales que se encuentran divorciados (6 %) y solteros de un 35%, estos han dicho que han encontrado en estos negocios donde enfocarse en que quieren y dedicar su tiempo; el 46% de casados y el 13 % que se encuentran en unión libre, indican que han hecho de este emprendimiento su sustento familiar.

Nivel de Escolaridad

Tabla 9

Nivel escolaridad de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	0	0%
Bachillerato	36	69%
Superior	16	31%
No estudio	0	0%
Total	52	100%

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023).



Figura 4.

Porcentaje del nivel de escolaridad de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023).

Análisis: Estos datos son importantes porque los resultados obtenidos de no haber pasado solo por instrucción primaria o nula son del 0%, esto indica que todos se han instruido hasta haber superado el nivel de bachillerato, con un 69%, donde no necesariamente todos los encuestados se mantienen ahí, sino que se encuentran cursando para obtener su título de tercer nivel; mientras con el 31% restante que sí ha culminado la educación superior, han sido en carreras afines a la administración.

¿Qué tiempo tiene el emprendimiento?

Tabla 10

Tiempo de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
6 a 11 meses	11	21%
1 a 2 años	25	48%
3 a 4 años	16	31%
Total	52	100%

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023).



Figura 5

Tiempo de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023).

Análisis: La sostenibilidad en el tiempo de los establecimientos encuestados muestra resultados alentadores de la estabilidad que han tenidos los negocios que se mantienen desde la fundación y apertura de la Plaza Guayarte con un 31%, indicando que supieron anteponerse incluso con la llegada de la pandemia y representan a los restobares con mayor afluencia de la Plaza Guayarte ; del 48% de los locales son quienes reemplazaron los negocios que lastimosamente tuvieron que cerrar en época de pandemia o locales que no pudieron sostenerse; y del 21% sobrante son de emprendimientos nuevos y pequeños que buscan crecer y expandirse.

¿La idea de este emprendimiento resulto en la zona de estudio?

Tabla 11

Idea de emprendimiento resulto según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador ,2023

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente conveniente	25	48%
Conveniente	21	40%
Inconveniente	4	8%
Totalmente inconveniente	2	4%
Total	52	100%

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)



Figura 6

Porcentaje de aceptación de la idea de emprendimiento según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador ,2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)

Análisis: Los resultados de esta pregunta tienden a la mayoría a estar de acuerdo con respuestas de convenientes con un 48% y 40%, por la cantidad de visitantes que reciben y el turismo presente en la zona, así como la ubicación entre las universidades, todo esto les representa clientes potenciales, lo cual ayuda mucho a su estabilidad; los resultados que toman la ubicación como inconveniente con un 8% y 4% es porque sostienen, en específico, que su ubicación no les beneficia en comparación al resto de locales.

¿Considera usted que en su emprendimiento existe la probabilidad de algún riesgo económico?

Tabla 12

Probabilidad de riesgo económico en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	30	58%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	17%
En desacuerdo	3	6%
No conozco	10	19%
Total	52	100%

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)



Figura 7.

Porcentaje de riesgo económico en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)

Análisis: Se puede notar que, en común, la mayoría de los dueños de emprendimientos con un 58% demuestran que tienen en cuenta todo contratiempo que pueden encontrarse y tratan de preverlos, mientras los encargados de establecimientos restantes (con un 17% y 19%) se muestran indiferentes en sus respuestas o preocupaciones con sus negocios; el sobrante con un 6% es de quienes se mantienen firmes y confiados en la sostenibilidad de sus locales.

**¿Considera que las mayores causas de riesgos para un emprendimiento provienen:
Enumere el lugar de riesgo del 1 al 5, dónde 1 es mayor y 5 es menor el riesgo**

Tabla 13

Causas de riesgo económico en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Competencia desleal	3	6%
Auge delictivo	31	60%
Nuevos emprendimientos en otras zonas	11	21%
Falta de conocimientos administrativos	7	13%
Total	52	100%

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)



Figura 8.

Porcentaje de las causas de riesgo en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)

Análisis: Con un 60% en los resultados, los encargados muestran su creciente preocupación por la inseguridad y delincuencia presente en los últimos años en la ciudad de Guayaquil, lo cual temen que afecte a la afluencia que mantienen en sus emprendimientos; el 21% representa a los establecimientos en zonas comerciales cercanas, como los ubicados en Urdesa por especificar, que también mantienen una fuerte cantidad de visitantes, un 13% indica que las malas prácticas administrativas son perjudiciales para los emprendimientos emergentes o que flaquean en sus temporadas bajas y el 6% restante, son los competidores vecinos que buscan desplazarlos con métodos poco éticos que no suele ser común en esta plaza.

¿Considera usted que la mayor inversión de se originan en base a; ¿Enumere del 1 al 5 en orden de importancia, donde 1 es mayor inversión y 5 es menor inversión?

Tabla 14

Reinversión en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Capital de trabajo inicial	26	50%
Maquinaria y Equipos	15	29%
Capacitación	5	10%
Propiedad Intelectual (innovación y creatividad)	6	12%
Total	52	100%

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)



Figura 9.

Porcentaje de Reinversión en los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)

Análisis: Para una mayor capacidad de crecimiento en los inicios de un negocio, los emprendedores con un 50% indican que una buena estrategia es iniciar con un fuerte capital inicial, para prever todo imprevisto al empezar a laborar, otro porcentaje (29%) menciona que es bueno tener a mano todo equipo que pueda facilitar el trabajo, por eficiencia y producción, el 12% de los encuestados denotan que un grado de innovación y creatividad es la base de un buen emprendimiento que logra un gran crecimiento y el faltante 10% solo mostraron que un equipo de trabajo bien capacitado es una preocupación menos en un negocio.

¿Considera usted que un estudio de mercado minimiza el riesgo de inversión?

Tabla 15.

Minimizar riesgo según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador ,2023

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	36	69%
NO	2	4%
No estoy seguro	14	27%
Total	52	100%

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)

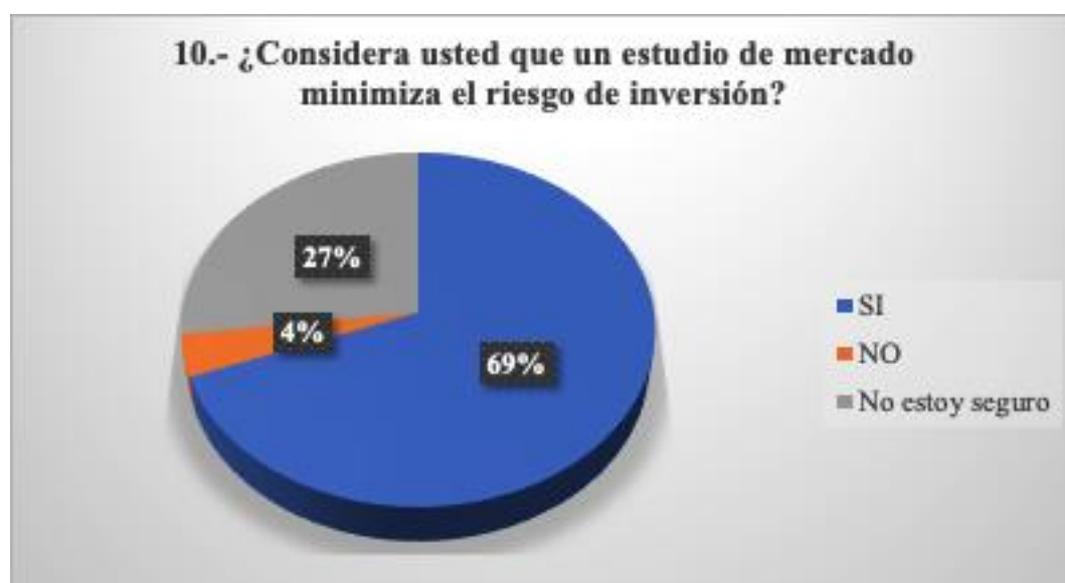


Figura 10.

Porcentaje de minimización de riesgo según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador ,2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)

Análisis: Para esta pregunta de la encuesta dirigida a los dueños de emprendimientos, con un gran margen del 69%, mencionan que el estudio de mercado es ciertamente lo que más les ha ayudado a sostenerse, incluso en los tiempos de pandemia, para saber cómo manejar y administrar sus recursos en ciertos periodos y cómo aprovechar las oportunidades que se les presentaban; para el 27% que no estaba seguro con su respuesta, así como el 4% que indicaba un no, mencionaba que era más por no conocer cómo hacer estos estudios, por no estar preparados o no tener alguien en se equipó totalmente capaz de realizarlo.

¿Considera usted que La Plaza Guayarte ha sido la zona ideal para su emprendimiento?

Tabla 16

Zona ideal según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	36	69%
NO	5	10%
No estoy seguro	11	21%
Total	52	100%

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)



Figura 11.

Porcentaje de la zona ideal según de los propietarios dueños de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)

Análisis: Otro resultado en buenos términos es el porcentaje de la aceptación (69%) que sostienen los encargados de los locales, donde dicen que el mayor beneficio ha sido por la zona turística y de gran afluencia de visitas que reciben, ciertamente es la mayor ventaja que tienen; por otro lado, el 21% de las respuestas indiferentes del tal vez, mencionan que es por conocer que en otros lados ciertamente es igual, por buena ubicación tienen misma cantidad de consumidores; y el 10% que respondieron no, es por meramente ser locales que aún no están bien posicionados en la competencia de la Plaza Guayarte.

¿Considera usted que su emprendimiento tiene Innovación (creatividad) en algún proceso?

Tabla 17

Nivel de Innovación de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	39	75%
De acuerdo	7	13%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	4%
En desacuerdo	1	2%
No conozco	3	6%
Total	52	100%

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)



Figura 12

Porcentaje de Innovación de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)

Análisis: La cantidad que respondió sí, en tener un proceso de innovación o un producto llamativo en sus establecimientos, con un 79% y 12%, describen que ciertamente es una de las razones por la cuales son muy recurridas en la Plaza Guayarte, desde áreas designadas para fotografía o servicios que ofrecen; el 4% y 6% de respuestas desapegadas, era en mayor parte por no reconocer que ciertos de sus servicios son en sí, una representación de innovación; no hay un porcentaje designado para quienes no mantengan dicha idea de innovación presente en sus locales.

¿Considera usted que los productos que ofrece en su emprendimiento provienen de la herencia cultural?

Tabla 18.

Nivel Herencia cultural de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Utilización de productos ancestrales (materia prima)	29	56%
Utilización de utensilios ancestrales	7	13%
Saberes o recetas ancestrales	10	19%
Temática ancestral (decoración)	6	12%
Ninguno	0	0%
Total	52	1

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)



Figura 13.

Porcentaje Herencia cultural de los emprendimientos de la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador, 2023

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)

Análisis: Estos resultados obtenidos indican las ideas que han tenido para representar su innovación en los trabajos que ofrecen, caso de donde provienen (si son nuevas) o si las mantienen, el 56% indican que se basan en lo propio y nacional, demostrándolo en los acabados y decoraciones en sus locales, o presente en los servicios; 21% mencionan que conservan recetas y métodos que les enseñaron; los usos de utensilios, así como de la temática ancestral es vista en un menor rango de emprendimientos; se recalca que no hay emprendimiento que no presente ninguna de estas opciones.

3.5.2 Análisis de la encuesta aplicada

Con el material dirigido a las personas dueñas o personas a cargo de los emprendimientos ubicados en la Plaza Guayarte, Guayaquil, Ecuador; con la finalidad de conocer su situación socioeconómica, el análisis ha sido determinado por encuestas, y entrevistas realizadas al administrador de la Plaza y a dos gerentes de los locales más representativos o mayor sostenibilidad.

- Un análisis preliminar de los resultados obtenidos es la participación de los géneros, donde las mujeres con el 54% representan una mayoría, y era su presencia más frecuente en los denominados restobares.
- El rango de edad de la mayoría de los dueños de locales parte desde los 30 años en adelante, remarcando su experiencia en negocios y conocimientos previos.
- Otro punto por remarcar son las marcas en niveles de estudio logrados, donde si bien la mayoría no culminaron los estudios superiores, tampoco hubo una respuesta donde sea menos al grado de bachiller.
- En cuanto a los tiempos que llevan ocupando en la Plaza Guayarte, hay pocos encuestados que respondieron que mantienen un periodo menor a un año, donde muestran haber logrado una sostenibilidad quienes si sobrepasan ese rango a pesar de la pandemia.
- Los orígenes de estos emprendimientos se dieron en mayor porcentaje por aprovechar las oportunidades que tuvieron al plantear y reconocer la idea de negocios que tenían sin muchos riesgos, porque indican que pocos inconvenientes han tenido desde el inicio del negocio.
- Los emprendedores denotan un temor por la situación del país y la inseguridad que pueda afectar fuertemente a la afluencia de visitantes.
- En temas de las inversiones y tomas de decisiones empleadas por los encuestados, muestran cierto nivel de conocimientos en lo que es negocios, sabiendo en qué vale más invertir y la toma de riesgos para tener mayor utilidad.
- La mayoría se encuentra en total acuerdo de que iniciar sus emprendimientos en la Plaza Guayarte fue una oportunidad que debían aprovechar.

3.5.3 Entrevista

Dirigida a: Asesor de emprendimiento Municipal

Objetivo: Indagar sobre la innovación o economía naranja existente en la Plaza Guayarte

Fecha de aplicación: Miércoles 18 enero del 2023

Nombre de los aplicadores: Suarez Manuel y Veloz Stalin.

Pregunta 1.- ¿Qué significa Épico y que papel ejecuta en la zona de estudio?

R//: Épico es una empresa pública municipal de innovación y la conectividad, aquí se desarrollan las herramientas necesarias que ayuden a identificar las principales oportunidades, retos y desafíos para los emprendimientos sociales de esta zona con el objetivo de Impulsar un ecosistema innovador, transformador y competitivo que construya una sociedad sostenible y próspera para Guayaquil.

Pregunta 2.- ¿Cuán importante cree usted que es la innovación y la creatividad en un emprendimiento?

R//: Puedo decir en base a mi experiencia impulsando emprendimientos a través de nuestro programa de incubación que es totalmente gratuito y cualquier emprendedor puede acceder, que, si la creatividad e innovación lo son todo, no sólo son valiosas y esenciales para alcanzar el éxito en un emprendimiento, sino que servirán para lograr que puedan sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo.

Pregunta 3.- ¿Cómo usted cree que aplican la innovación y creatividad en los emprendimientos en Plaza Guayarte?

R//: Por su puesto que, si se aplica, cómo pueden observar aquí en la Plaza Guayarte existen más locales que innovan con su productos o servicios, cada local se diferencia por algún factor innovador y creativo, este puede ser artes, música, elementos audio visuales, la gastronomía, el teatro e incluso actualmente con la implementación y desarrollo de la tecnología.

Pregunta 4.- ¿Cómo usted cree que aplican la innovación y creatividad en los emprendimientos de Plaza Guayarte?

R//: Te puedo decir que los emprendimientos más rentables en esta zona son los Resto bares ya que tratan de incorporar ingredientes sostenibles que es una tendencia que muchos

buscan seguir y darles a sus comidas un valor nutricional y un sabor característicos a cada plato, ya sea por el atractivo visual o el espectáculo gastronómico que ofrecen las personas disfrutan de este ambiente que se mantiene aquí en Plaza Guayarte.

Pregunta 5.- ¿Cuáles son las características que un emprendimiento necesita para mantenerse en esta era?

R//: Todo emprendimiento se debe caracterizar por la planificación, organización y tiempo dedicado para que sea sostenible con a lo largo de todo este proceso e ir evolucionado con las nuevas tendencias de mercado.

3.5.4 Análisis de la entrevista realizada:

Realizada la entrevista al Asesor de emprendimiento Municipal (Empresa Pública para la Gestión de la Innovación y Competitividad) se comprende mucho mejor cómo funciona esta área propuesta por el municipio designada al impulso de los emprendimientos nuevos en la ciudad, se hace un énfasis en el proceso que ellos ejercen en cada nueva idea de negocios, que luego de pasar por un proceso de sorteo, se le asesora y brinda seguimiento en el crecimiento de su negocio, se ayuda a los emprendedores en cuanto a marketing, principios básicos a tener en negocios, para así hacerlos crecer, pasado este plan de incubación a la idea, se le busca vincular en el mercado competitivo.

Se hace un enfoque a como el GAD municipal de Guayaquil fomenta e impulsa a los nuevos emprendimientos de los ciudadanos, con planes y asesorías, para luego vincularlos, es una idea novedosa en la cual se beneficia la ciudad y los implicados en todo el procedimiento. La innovación presente en este plan es de apoyar e impulsar los proyectos emergentes, dando cabida a toda idea innovadora nueva en el mercado, cada una presenta un plus a la economía naranja en la zona por cada idea creativa nueva que se logre introducir satisfactoriamente en la competencia, aportando al consumo y producción en la ciudad.

3.6 Propuesta

3.6.1 Análisis FODA de estrategias cruzadas

Tabla 19.
Matriz FODA

	Fortalezas	Debilidades
	F1: Buena y constante relación con el GAD municipal de Guayaquil F2: Gran afluencia de visitantes los fines de semana F3: Excelente gestión administrativa F4: Ser centro importante del turismo en Guayaquil F5: Su ubicación cerca de áreas verdes agranda su atractivo turístico	D1: Falta de promoción y marketing competente D2: Pocos clientes fuera de días festivos y eventos D3: Dificultad de los nuevos emprendimientos en establecerse en la plaza D4: Necesidad de una mayor seguridad y cámaras de vigilancia
Oportunidades	FO	DO
O1: Excelente recepción de eventos O2: Reconocimiento y buenas referencias de la plaza a nivel local e internacional O3: Apoyo del GAD a los emprendimientos emergentes independientes O4: Estar en constante avance y adaptación a modas actuales O5: Gran atractivo nocturno por los negocios y los servicios que ofrecen	F1+O1: Aprovechar los eventos en fines de semana para realizar ferias tematizadas con estos. F4+F5+O2: Explotar las buenas referencias y críticas que mantiene para la captación de visitantes. F2+O5: Brindar una experiencia que afiance lealtad en los visitantes F3+O4: Mantener a los encargados de los en vanguardia con las novedades más llamativas actualmente	D1+O2: Promocionar Plaza Guayarte en guías turísticas, mayor uso de redes sociales; también en sitios de gran afluencia extranjera como hoteles y aeropuertos D2+O1: Realizar eventos atractivos al público en estos horarios y días D3+O3: Impulsar a los emprendimientos emergentes a afianzarse en la plaza D4+O5+O3: Mejorar la seguridad con apoyo del GAD municipal en cuanto a guardias e instalación de cámaras, así también por parte de los encargados dentro y fuera de sus locales
Amenazas	FA	DA
A1: Temor a posible rebrote de Covid 19 A2: Altos niveles de inseguridad en la ciudad A3: Cantidad de competidores en crecimiento A4: Restricciones de horarios de funcionamiento por disposiciones del COE	F1+A1: Elaborar planes de respaldo, en conjunto con el GAD, frente a posibles rebrotes para no perjudicar a los locales F3+F4+A2: Brindar una mayor seguridad dentro y en los alrededores para no desfavorecer a la plaza F4+F5+A3: Mejorar el énfasis del plus que ofrecen sobre su competencia	D1+D3+A3: Aumentar a un marketing más competitivo y perfeccionar las promociones de los productos y servicios que poseen los locales nacientes D2+D4+A2: No descuidar la seguridad en los días de menor afluencia de visitas D2+A4: Crear horarios preferenciales para zonas de esta índole que merme sus capacidades

Elaborado por: Suarez y Veloz (2023)

CONCLUSIONES

El desarrollo del presente trabajo investigativo ha dado origen a las siguientes conclusiones que se enlazan directamente con los objetivos de la investigación propuestos en el capítulo 1 y son:

- Los antecedentes de la investigación son pocos y la base teórica relacionada con la innovación presente en los emprendimientos de Plaza Guayarte de la ciudad de Guayaquil, se evidencian en importantes aportes de teorías sobre emprendimiento e innovación, autores como Schumpeter u Oppenheimer, desarrollan fundamentos de los conceptos como reinventarse y mantenerse en constante avance en materia de innovación; la importancia de estos temas es vital para el éxito en los emprendimientos emergentes y sobre todo creativos. Otros conocimientos por tomar como bases son los documentos encontrados en páginas oficiales del GAD, donde dan breves resúmenes de que se trata la Plaza Guayarte, en qué consiste, la historia y su creación; en cuanto a trabajos formales es mencionado, pero no tratado a fondo.
- Sobre la situación del desarrollo se evidencia una armonía entre la presentación del arte, ya sea en lo musical, presentación de obras abstractas, en conjunto con la naturaleza, lo cual es observable en sus alrededores; este es su punto fuerte que la diferencia de otras plazas de locales comerciales o del estilo foodcourt en la cual se basa, brindar un ambiente distinto al de un patio de comidas común, este plus la distingue en la ciudad como lugar de entretenimiento y la hace atractiva para los visitantes nacionales y extranjeros que recibe continuamente y le otorgan el reconocimiento a la innovación. Dado por su propio nombre, busca la mezcla del arte y cultura en armonía con los espacios naturales, y, del entretenimiento y recreación; donde ofrece a diferencia de otros establecimientos espectáculos, conciertos y eventos, siendo este su fuerte atractivo turístico, no solo enfocado en consumismo de alimentos y bebidas.
- En cuanto al análisis de las fuerzas cruzadas en la matriz FODA sobre Plaza Guayarte se resume que: Las mayores fortalezas son la gran afluencia de público especialmente desde los jueves a domingos, como también los días donde se desarrollan actividades o eventos nacionales e internacionales como fue el caso del mundial; en segundo lugar, se ubica el reconocimiento público que tiene Plaza Guayarte que lo convierte en un

lugar preferido por visitantes de diversas edades, especialmente jóvenes provenientes de diferentes ciudades sean estas nacionales o extranjeras. En cuanto a las debilidades más relevantes a solucionar que se observan es la concurrencia que suelen mantener, mencionado por los dueños y gerentes de los locales, que indican que no frecuentan muchos clientes por ciertos horarios y días.

- Las oportunidades que presenta Plaza Guayarte y los locales que la conforman es el gran atractivo turístico de la zona y por ende, el apoyo del GAD municipal de Guayaquil, para impulsar este y otros emprendimientos (como por ejemplo el de la calle Panamá) en punto de reunión, y el espacio que brinda para el impulso de proyectos artísticos independientes y también a ferias concursos de emprendimientos. Por otra parte, las amenazas presentes, como lo es la preocupación por los rebrotes de COVID 19, la pandemia mermó el número de visitantes y por ende el consumo, debido a precautelar la salud por parte del COE provincial, institución que periódicamente anunciaba medidas de aislamiento frente a este problema; y en segundo lugar está la inseguridad que vive la ciudad de Guayaquil, existe el temor de ser atacados por la delincuencia, lo cual frena a potenciales consumidores de mantenerse en la plaza más tiempo, situación que ha afectado también a los dueños de locales ya que deben cerrar en horarios anticipados por toques de queda dispuestos por el Gobierno.

RECOMENDACIONES

Con la presente investigación realizada se recomienda:

- Mantener en continuidad y lograr que sean más constantes los eventos artísticos independientes para apoyar a las agrupaciones nacionales; y a su vez, también continuar con las ferias de impulsión de emprendimientos que se realizan en la plaza; esto ayudará a que sean más los horarios y días donde reciban visitas de interesados y darse a conocer.
- Complementar el marketing con un mayor uso de plataformas electrónicas, redes sociales y promoción en sitios de interés por su afluencia de extranjeros, tal como hoteles, aeropuerto y guías turísticas; para lograr más visitas, no solo de las personas locales, sino de turistas de otros países.
- Aumentar la seguridad de la plaza, con planes de mayor patrullaje, rotaciones de guardias de seguridad en más áreas de la zona e instalación de cámaras de seguridad en lugares estratégicos; con una mayor seguridad los visitantes se mantendrán en la plaza por más tiempo sin sentirse amenazados o en peligro.
- Tener planes de respaldo en cuanto a la administración y programas para mantener en equilibrio la economía de sus locales en caso de rebrotes u otras emergencias; con esta idea pueden prevenir pérdidas, desequilibrio en sus finanzas y evitar cierres.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar . (2017). *Innovación Social* . Espol .
<http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/compendium/article/view/783>
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Leyes de la Constitución* . Constitución de la República del Ecuador. Recuperado de: <https://www.ambiente.gob.ec/wp->
- Benavente, J. . (2017). *Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe* . Banco Interamericano de Desarrollo. Publications.
Recuperado 11 de agosto de 2020, de Banco Interamericano de Desarrollo website
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-para-la-creatividad-y-la-innovaci%C3%B3n-Impulsando-la-econom%C3%ADa-naranja-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Buitrago, R. (2013). *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*. Econom.
- Deajins, D. y Freel, M. . (2009). *Entrepreneurship and Small Firms*. Scrip.
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>
- Gonzales, F. (2012). *Conceptos sobre innovación. en contribución al análisis pest (política, economía, sociedad, tecnología)*. . Acofi. Recuperado de:
[https://www.acofi.edu.co/wpcontent/uploads/2013/08/DOC PE Conceptos Innovacion.pdf](https://www.acofi.edu.co/wpcontent/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf)
- Gonzales, L. y Ruiz, D. . (2018). *Economía naranja en Colombia el desafío de la propiedad intelectual* . Bogotá: UROSARIO.
<https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/20151>
- Howkins, J. (2005). *El motor de la creatividad en la economía creativa: Entrevista a John* . Scribs. [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=vo-0aXjiLcoC&oi=fnd&pg=PR10&dq=Casson,+M.+C.+\(1982\).+The+Entrepreneur:+An+E](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=vo-0aXjiLcoC&oi=fnd&pg=PR10&dq=Casson,+M.+C.+(1982).+The+Entrepreneur:+An+E)

[conomic+Theory+\(2nd+ed\)&ots=31NG05JEUP&sig=d1ZgoO5vbCzkritBVQDkj3h7yi0#v=onepage&q&f=false](#)

- Orellana, L. (2017). *Microfinanzas y su acceso en los emprendimientos informales*. Guayaquil: ULVR. <https://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4513/1/T-ULVR-3666.pdf>
- Oppenheimer. (2014). *¿Crear o morir! Cómo reinventarnos y progresar en la era de la*. MAGER. <file:///C:/Users/MAGER/Downloads/Dialnet-CrearOMorirComoReinventarnosYProgresarEnLaEraDeLaI-6231590.pdf>
- Papanek. (1962). *The Development of Entrepreneurship*. *American Economic Review*. Tara. https://www.tara.tcd.ie/bitstream/handle/2262/68739/v15n21984_4.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Poter. (1993). *La ventaja competitiva*. McGrill. Recuperado de: <https://www.ambiente.gob.ec/wp->
- Schumpeter. (1997). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Scielo. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200006
- Valencia, A. . (2019). *La importancia de la innovación para el desarrollo de los países*. UCC. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/15659/2/2019_inovacion_desarrollo_paises.pdf
- UNESCO. (2013). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. UNESCO. <https://es.unesco.org/creativity/publication/informe-sobre-economia-creativa-2013>

ANEXOS

Anexo 1. Mapa de la Ubicación de la plaza Guayarte



Ubicación geografía

ANEXO 2

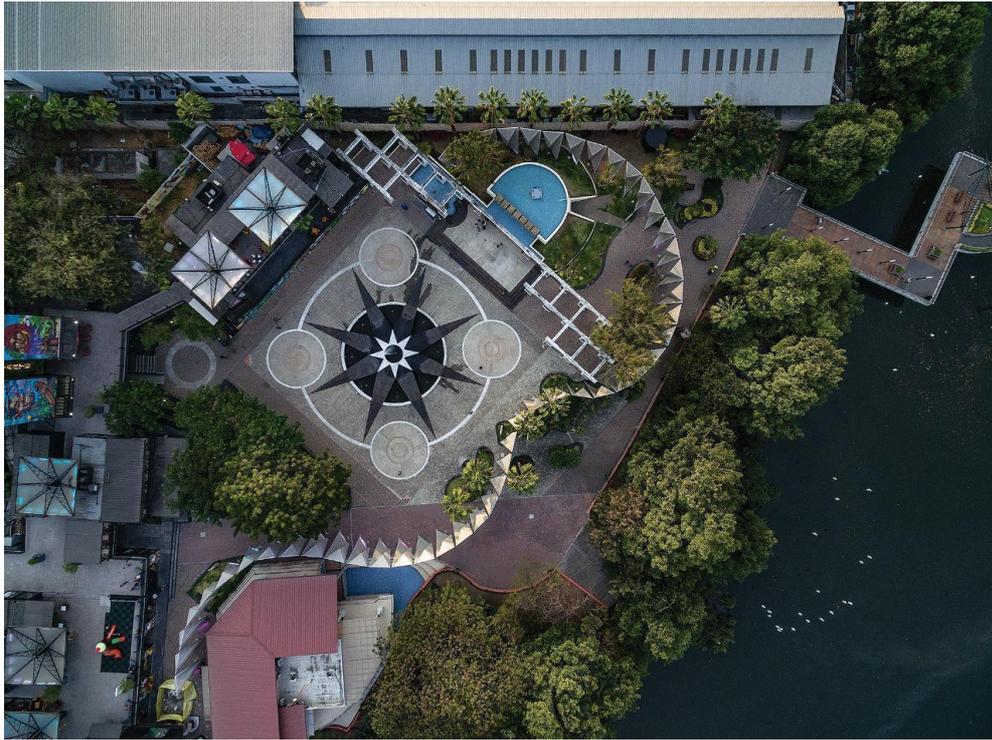
Fotografías de Plaza Guayarte



Entrada a Guayarte por el lado de la Av. Kennedy, lateral a la Universidad de Guayaquil



Mural artístico en la entrada de la Plaza Guayarte por el lado de la Av. Kennedy



Vista aérea de la Plaza Guayarte, lado de la Universidad Católica



Mural emblema de la Plaza Guayarte



Bar y zona de obras teatrales independientes



Conciertos y música de grupos independientes de Guayaquil



Explanada de presentaciones en la plaza Guayarte





Unión del arte y la naturaleza en murales temáticos dispersos en zonas varias entre los bares de la Plaza Guayarte

Anexo 3. Zona Comercial



Anexo 4. Zona Casa Abierta para el Emprendimiento (EPICO)



Anexo 5. Proceso de entrevista



Correo solicitando entrevista



Momento de la entrevista con el encargado de EPICO

Anexo 6. Formato de la entrevista



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA
ENTREVISTA



<p>Dirigida a: Asesor de emprendimiento (Épico)</p> <p>Fecha de aplicación: martes 18 enero del 2023</p> <p>Nombre de los aplicadores: Suarez Avilés Manuel, Veloz Stalin.</p>
<p>1. - ¿Qué es épico y que papel ejecuta en la zona de estudio?</p>
<p>2. – ¿Cuán importante cree usted que es la innovación y la creatividad en un emprendimiento?</p>
<p>3. - ¿Cómo usted cree que aplican la innovación y creatividad en sus los emprendimientos en esta zona?</p>
<p>4. ¿Qué tipos de emprendimientos usted cree que son los más rentables en esta zona del Puerto Santa Ana de Guayaquil??</p>
<p>5. ¿Cuáles son las características que un emprendimiento necesita para mantenerse en esta era?</p>

Anexo 7. Formato de la encuesta



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA
ENTREVISTA



Dirigida a: Los administradores de los emprendimientos ubicados en de la Plaza Guayarte en la ciudad de Guayaquil, Ecuador

Fecha de aplicación: viernes 6 enero del 2023

Nombre de los aplicadores: Suarez Avilés Manuel, Veloz Stalin.

Información del emprendedor

1.- Género

- Mujer
- Otro

2. - ¿Cuál es su edad?

20 a 24 años

25 a 29 años

30 a 34 años

35 a 39 años

3.- Estado Civil

Soltero

Casado

Unión de Hecho

Divorciado

4.- Nivel de Escolaridad

Primaria

Bachillerato

Superior

No estudio

5.- ¿Qué tiempo tiene el emprendimiento?

6 a 11 meses

1 a 2 años

3 a 4 años

Variable: EMPRENDIMIENTO

6.- ¿La idea de este emprendimiento resulto en la zona de estudio?

- Totalmente conveniente
- Conveniente
- Inconveniente
- Totalmente inconveniente

8.- ¿Considera que las mayores causas de riesgos para un emprendimiento provienen:

Enumere el lugar de riesgo del 1 al 5, dónde 1 es mayor y 5 es menor el riesgo

- Competencia desleal
- Auge delictivo
- Nuevos emprendimientos en otras zonas
- Falta de conocimientos administrativos

10.- ¿Considera usted que un estudio de mercado minimiza el riesgo de inversión?

- SI
- NO
- No estoy seguro

7.- ¿Considera usted que en su emprendimiento existe la probabilidad de algún riesgo económico?

- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- No conozco

9.- ¿Considera usted que la mayor inversión de se originan en base a;

Enumere del 1 al 5 en orden de importancia, donde 1 es mayor inversión y 5 es menor inversión

- Capital de trabajo inicial
- Maquinaria y Equipos
- Capacitación
- Propiedad Intelectual (innovación y creatividad)

11.- ¿considera usted que La Plaza Guayarte ha sido la zona ideal para su emprendimiento?

- SI
- NO
- No estoy seguro

Variable: ECONOMIA NARANJA

12.- Considera usted que su emprendimiento tiene Innovación (creatividad) en algún proceso?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- No conozco

13.- ¿Considera usted que los productos que ofrece en su emprendimiento provienen de la herencia cultural??

- Utilización de productos ancestrales (materia prima)
- Utilización de utensilios ancestrales
- Saberes o recetas ancestrales
- Temática ancestral (decoración)
- Ninguno