



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**SEDE GUAYAQUIL**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## **ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA NARANJA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título  
de Licenciado/a en Administración de Empresas

AUTOR: GEOVANNY RICARDO VILLÓN VILLÓN  
LENNY DEL CARMEN CALVA CALVA  
TUTOR: ALEX NEPTALÍ ZAMBRANO BAZURTO

Guayaquil-Ecuador  
2023

# CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Calva Calva Lenny del Carmen, con documento de identificación N°. 0928943406, y Villón Villón Geovanny Ricardo, con documento de identificación N°. 0927200824, manifiesto que:

Somos los autores responsables del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 17 de octubre del año 2023

Atentamente,



---

Lenny del Carmen Calva Calva

Ci: 0928943406



---

Geovanny Ricardo Villón Villón

Ci: 0927200824

# CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Yo, Calva Calva Lenny del Carmen, con cédula de identidad No. 0928943406, y Villón Villón Geovanny Ricardo, cedula de identidad No. 0927200824, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico "Análisis de la Economía Naranja en la ciudad de Guayaquil", el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado/a en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 17 de octubre del año 2023

Atentamente,



---

Lenny del Carmen Calva Calva

Ci: 0928943406



---

Geovanny Ricardo Villón Villón

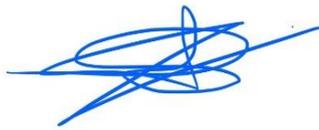
Ci: 0927200824

# CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Alex Neptalí Zambrano Bazurto con documento de identificación N° 0918147620 , docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: Análisis de la Economía Naranja en la ciudad de Guayaquil, realizado por Calva Calva Lenny del Carmen, con cédula de identidad No. 0928943406, y Villón Villón Geovanny Ricardo, cedula de identidad No. 0927200824, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 17 de octubre del año 2023

Atentamente,



---

Alex Neptalí Zambrano Bazurto

Ci:0918147620

**Docente Tutor**  
**Carrera Administración de empresas**

# Análisis de la economía naranja en la ciudad de Guayaquil

Analysis of the orange economy in the city of Guayaquil

Geovanny Ricardo Villón Villón es egresado de la Carrera Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador), [gvillonv@est.ups.edu.ec](mailto:gvillonv@est.ups.edu.ec)

Lenny Del Carmen Calva Calva es egresada de la Carrera Administración de

Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador), [icalvac@est.ups.edu.ec](mailto:icalvac@est.ups.edu.ec)

## Resumen

---

El tema referente al análisis de la economía naranja en la ciudad de Guayaquil se presenta debido que existe en la gestión de creatividad e Innovación en las organizaciones formales e informales la falta de suficientes estrategias para negociar con el cliente; para lograr una mejor imagen institucional y abarcar una mayor rentabilidad. El objetivo del presente artículo de investigación es conocer cuáles son las principales incidencias de las organizaciones en la aplicación de la economía naranja, identificando el interés de los clientes al momento de que existen tácticas que permitan una negociación sostenida y relevante en el tiempo. La metodología tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo que a través de un método exploratorio, no experimental y descriptivo se va a recopilar información relevante con el uso de los instrumentos de la observación, entrevista y encuestas. Los resultados alcanzados van a permitir conocer que la economía naranja es parte del desarrollo, transformación, tecnología e Innovación de bienes y servicios para alcanzar proceso de ventas y posventas en el mercado físico y digital. En conclusión, la economía naranja permite un esquema hegemónico de acciones agregadas en el producto y servicio, donde su participación se encuentra influenciada en el uso de diversos medios de comunicación y tecnológicos que se relaciona con el campo, la cultura de esfuerzo y dedicación.

## Abstract

The topic regarding the analysis of the orange economy in the city of Guayaquil is presented because there is a lack of sufficient strategies to negotiate with the client in the management of creativity and innovation in formal and informal organizations; to achieve a better institutional image and achieve greater profitability. The objective of this research project is to know what the main incidences of organizations are in the application of the orange economy, identifying the interest of clients when there are tactics that allow sustained and relevant negotiation over time. The methodology has a qualitative and quantitative approach that, through an exploratory, non-experimental and descriptive method, will collect relevant information with the use of instruments such as observation, interviews, and survey. The results achieved will allow to know that the orange economy is part of the development, transformation, technology and innovation of goods and services to achieve the sales and after-sales process in the physical and digital market. In conclusion, the orange economy allows a hegemonic scheme of aggregate actions in the product and service, where its participation is influenced by the use of various means of communication and technology that is related to the field, the culture of effort and dedication.

## Palabras clave

---

Innovación, tecnología, creatividad, economía naranja, marketing, Planificación, Control, Internet, redes sociales

## Keywords

---

Innovation, technology, creativity, orange economy, marketing, Planning, Control, Internet, social networks

## 1. Introducción

En el mundo, existen personas con una conducta de emprendimiento y mejoras continuas por lo que generan ideas innovadoras que forjan empresas y negocios de éxitos en el tiempo; personas que llegan a convertirse en el gestor de una economía abierta al superar entornos económicos, tecnológicos, sociales, ambientales, entre otros, a través del emprendimiento. La conducta de un emprendedor a nivel mundial refleja una herramienta importante en la generación de empleos para lograr una actividad empresarial que genera riquezas (Aspillaga, 2018).

Actualmente, en el mundo empresarial, se ha marcado el reto de satisfacer las necesidades de los clientes, según esta temática, es importante que las relaciones sean un pilar fundamental en el negocio, que representa un punto de interés persistente. Lograr estos cambios requería herramientas tecnológicas capaces de almacenar grandes cantidades de información y generar creatividad a través de actividades encadenada, que hacen que las ideas se transformen en bienes y servicios (Arenas & Cañi, 2021).

En el Ecuador, según el autor Bedoya (2019) existe una tasa alta en la actividad emprendedora; donde se considera que uno de cada seis adultos planifica una idea o negocio en los últimos 40 meses, lo que da una clara evidencia de que existe un nivel aceptable y conducta de emprendimiento. El emprendimiento según el autor Escandón (2018) señala que incluye una reflexión que parte del conocimiento y la experiencia para fortalecer el hogar, la comunidad y el territorio que preside, la puesta en marcha de una idea va a permitir una visión del trabajo realizado, que está acompañado de un liderazgo transformacional que va a permitir emprender.

Un negocio responde de manera adecuada y sin demoras a las diversas oportunidades que se presentan en el camino, por lo que la economía naranja son estrategia de desempeño y creatividad en las Pymes, que forja un rediseño de negocios en el que los clientes participan directamente en el modelo de negocio, y de acuerdo a sus preferencias, facilitan el tiempo, construyen comunicación y crean valor económico (López, 2021).

Dentro del contexto de la economía naranja participan todas las organizaciones que tiene como principal instrumento la creatividad para buscar una oportunidad de negocio y de esa forma ampliar la cultura de servicio a una comunidad, los principales elementos de la cultura naranja involucra el diseño de esquemas tecnológicos que dan una oportunidad de implementación de juegos y diseños interactivos con una capacidad creativa que va a permitir obtener resultados económicos optimistas y positivos.

El presente artículo busca como objetivo general analizar la economía naranja en la ciudad de Guayaquil por el cual se considera el comportamiento y preferencia que presentan los clientes, por lo tanto, es muy importante considerar los objetivos específicos que se plantearán que son:

- (i) Identificar los principales factores a tomarse en cuenta para la implementación de la economía naranja en la ciudad de Guayaquil.

- (ii) Medir el interés de los clientes para un adecuado manejo de estrategias innovadoras impulsadas por la economía naranja, y
- (iii) Proponer las estrategias que permitan la aplicación de un modelo innovador y creativo a través de la economía naranja en las ventas y post ventas.

La investigación consiste en el manejo adecuado de la economía naranja a través del registro de la información relevante y creativa que impulse el emprendimiento y la gestión de las estrategias aplicadas, acorde a las necesidades que posee el cliente y que parte de la responsabilidad de la organización satisfacer los requerimientos; el alcance de la investigación considera el uso de la tecnología actual en los procesos de ventas y post venta realizadas. Los principales conceptos que se desarrollan alrededor de la economía naranja, partiendo de su definición y pasando por temas como emprendimiento, empresarismo e innovación. Esto con el fin de que puedan entender de manera clara los temas que se desarrollarán y la importancia de los mismos (Gutiérrez, 2019).

Para el autor González (2020) la economía naranja es creatividad; es parte del talento de las personas, donde sus ideas pueden transformarse en bienes o servicios, donde se conserva la propiedad intelectual en la industria cinematográfica, videojuegos, musical, moda, entre otras, que generan ingresos por las manifestaciones creativas, contribuyendo sustancialmente con el crecimiento del producto interno bruto, la economía naranja es materia prima del intelecto, con un ritmo de vida tan agitado, participan la música, redes sociales, museo, literatura, cine, videojuegos, para esparcir su mente.

### **1.1. Economía naranja**

La economía naranja según el autor Albuquerque (2017) es un conjunto de acciones donde se desarrollan ideas que transforman la comercialización de bienes y servicios, dando valor a la propiedad intelectual, donde el universo naranja se compone por la cultura y la creatividad, cuya intersección crea la industria de un negocio acertado que busca la excelencia continua.

Para el autor Bragulat (2017) la economía naranja desarrolla una aceptación acertada que genera alineamientos que permite su expansión, al igual que genera nuevas plazas de trabajo que garantiza industrias de éxito en países desarrollados, en especial existe un incremento en la industria tecnológica, Automotriz y de alimento.

### **1.2. Importancia de la Economía Naranja**

Señala Lizardo (2020) que la importancia de la economía naranja es que permite la generación de valor en cada uno de los productos y servicios, centrándose en tres aspectos fundamentales que son: generación de empleo, generación de valor y riqueza con impacto social.

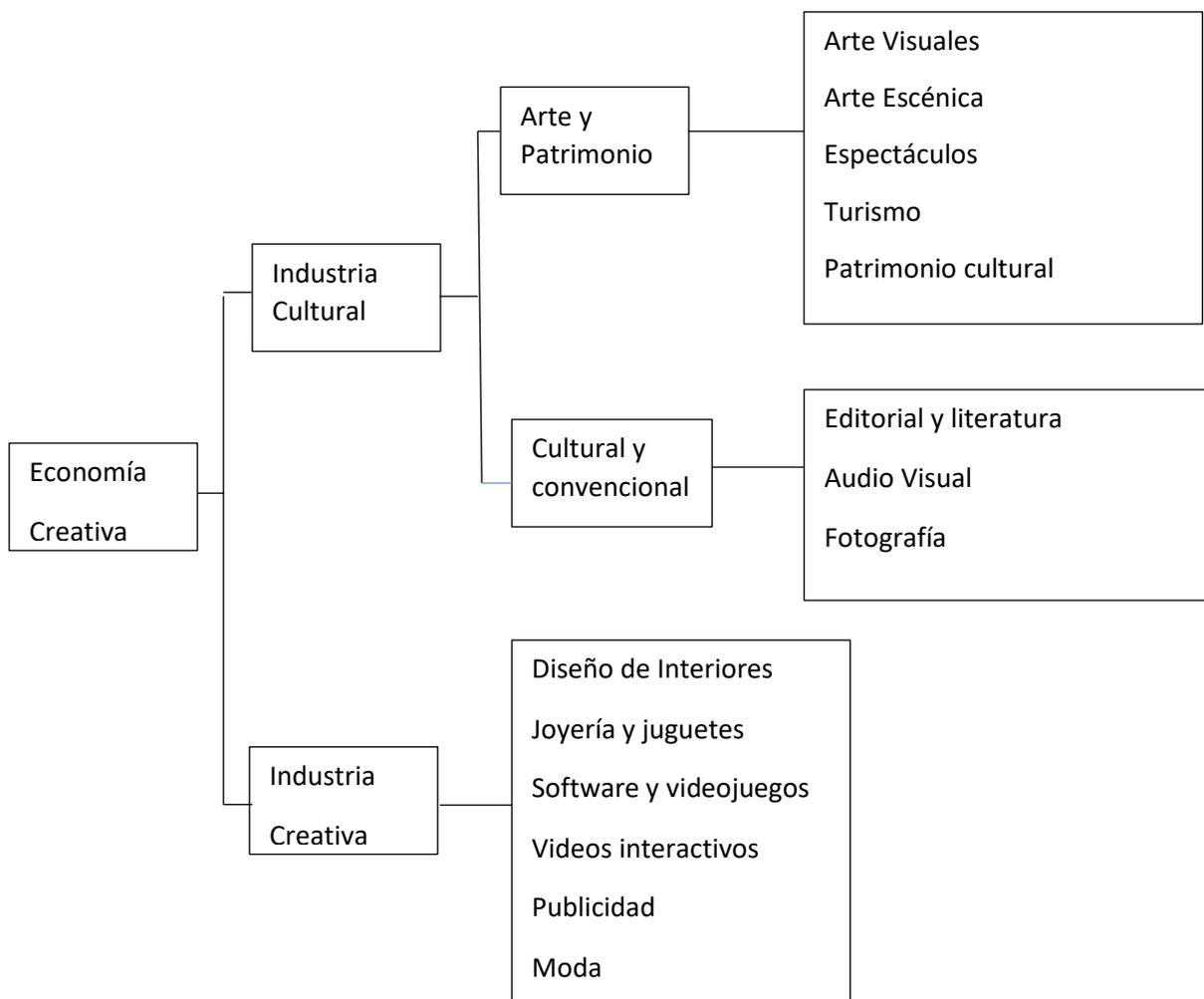
Indica Graziani (2018) que la economía naranja permite que los negocios tengan una nueva opción para cambiar el mundo, tomando en consideración el uso y manejo del internet a través de sus diferentes redes sociales, son ideas originales que mejoran la calidad de vida de los usuarios con una comunicación eficiente y simultánea que gracias a la creatividad, los

emprendedores logran asumir retos y ejecutar acciones relevante en las negociaciones.

### 1.3. Sectores que conforman la economía naranja

Indica Pappalepore (2020) que es importante dar a conocer que la economía naranja es sinónimo de la economía creativa, y su división sinóptica es en el área cultural y creativa como se mencionó en el siguiente esquema sinóptico de su clasificación.

Figura 1 Clasificación de la Economía Naranja



Fuente: (Pappalepore, 2020).

En la industria cultural Pappalepore (2020) considera a la economía naranja el arte, la cultura convencional y el patrimonio; en lo que se refiere al arte, se toma en consideración las pinturas, esculturas, videos, infopedia, artes escénicas, danzas, conciertos, moda, entre otras, también dentro de la industria cultural se visualiza como parte de la economía naranja lo relacionado al turismo y el patrimonio cultural, donde se involucran temas o negocios referente a la gastronomía, arquitectura, parques, ecoturismo, festividades creativas, entre otras. En el área cultural convencional se pueden tratar temas relacionados con ideas de negocios referente al

uso de la tecnología, multimedia, videos, libros, revistas, entre otros.

La industria creativa dentro de la economía naranja señala ideas de negocios referente a diseños de interiores, artes gráficas, juguetes, artículo de joyería, entre otros productos, también es parte de la industria creativa la elaboración de software y medios digitales, donde se involucran el manejo adecuado de la información, publicidad, noticias, entre otros detalles, que están inmersos dentro de una idea creativa e innovadora (Pappalepore, 2020).

El emprendimiento creativo o también conocido como emprendimiento naranja es una visión que busca el posicionamiento de una marca a través de la constancia, esfuerzo y tiempo, representa una estructura integradora inherente a una oferta requerida por el público que es un atractivo para el consumo.

#### 1.4. Economía naranja en Guayaquil

En Guayaquil se busca aplicar economía naranja en cada organización para transformar una idea en nuevos ingresos potenciando la creatividad y la cultura del estudiante y del emprendedor, El color naranja participa en el mundo artístico que forma parte de la materia prima ceñido con innovación continua, es decir es una idea que se transforma en bienes y servicios hegemónico con propiedad intelectual en áreas de la arquitectura, editorial, cine, diseño, investigación y desarrollo, de software, artes visuales y escénicas (Bedoya, 2019).

##### 1.4.1. Empresas de economía naranja en Guayaquil

Para Zapata (2018) se aplica la economía naranja en la variedad de videojuegos que salen al mercado para influenciar en el intelecto y desarrollo de niños y jóvenes. Es importante dar a conocer que la literatura crea un esquema de acción en cada poesía, párrafo o escritos en general que refleje la atención de una comunidad literaria. La gastronomía para la elaboración de diferentes platos tradicionales de exquisitez y gustos para influenciar la necesidad de los consumidores en su apetito, creando agrado y satisfacción al instante.

Tabla 1 Economía naranja aplicado por empresa Cine Mark en Guayaquil

Marca/Logo	Descripción
	Empresa de películas, que aplica la economía naranja, al momento de crear nuevos escenarios para el uso de teatro, videos juegos, presentaciones, entre otros productos tecnológico en audio y video en la ciudad de Guayaquil.

Fuente: (Zapata, 2018)

Es tradición en Guayaquil, que se aplica diversas tendencias en el alquiler de salas de cine. Entre su principal característica innovadora está el mostrar video juegos donde la misión

de la organización Cine Mark es el entretenimiento con una alternativa de uso del audio y video con calidad. Cuenta con productos innovadores, que hace sentir bien a cualquier ciudadano que busca los medios digitales en una pantalla inmensa para grupo de familia u organizaciones. Dentro de los procesos de economía naranja la organización crea una nueva marca destinada a vestir a los hombres y mujeres que disfrutan de los medios digitales que son parte de la moda tecnológica sofisticada y despierta una tendencia nueva de manera de visitar una sala de cine .

Tabla 2 Economía naranja aplicado por “Rabia”, de Sebastián Cordero

Marca/Logo	Descripción
	<p>Un teatro innovador y producción de calidad que permite dar soluciones a diversos escenarios sociales en Guayaquil, utiliza como escenario su propia casa, donde adapta los espacios con creatividad, donde se crean las ideas y los momentos más representativo en la producción de proyectos cinematográficos.</p>

**Fuente:** (Zapata, 2018)

Los productores de la empresa Rabia de Sebastián Cordero cuentan con un escenario llamativo en una vivienda que fortalece la hegemonía de cada una de las acciones cinematográfica desarrollada. Además cuentan con la participación de ideas innovadoras para plasmarla en la producción de proyectos de arte y cultura optimizando la calidad y el compromiso para con la comunidad en Guayaquil para elaborar una nueva tecnología en teatro y escenarios.

Tabla 3 Economía naranja aplicado por empresa de Coworking

Marca/Logo	Descripción
	<p>Empresa de Coworking de alquiler de salas tecnológica para eventos y capacitación, que expande servicios de espacios de alta calidad, con innumerables diseños decorativos en un amplio portafolio de oportunidades para profesionales en Guayaquil.</p>

**Fuente:** (Annayeskha, 2020)

Su creatividad abarca una presentación ideal para un mercado exigente en espacio para conferencias, agasajos, capacitación entre otros tipo de alquiler de un espacio para una actividad comercial momentánea donde se prevé en uso de una tienda o espacio online como aspecto innovador de la economía naranja. Entre su principales tarea está la de ofrecer espacios que

permiten la creatividad y el emprendimiento de profesionales que establece un Coworking con mesas, sillas, escritorio, tecnología, acondicionamiento entre otros detalles innovadores del sitio (Annayeskha, 2020).

### **1.5. Emprendimiento**

Para el autor Buendía (2018) el emprendimiento es considerado como una herramienta de la economía debido a la creatividad que trasciende en las necesidades actuales que tienen los clientes al momento de que se fortalecen las ideas innovadoras que forja una de las principales enfoques de la economía naranja, donde las instituciones crean valor y cambian la forma de distribuir los productos y los servicios.

Emprender es un conjunto de acciones que permiten la ejecución de una idea para transformar la expansión de bienes y servicios, creando valor y contenido intelectual, son un grupo de personas que buscan de manera continua el cambio para poder crear un producto y exportarlo, además de fortalecer el sector de la economía genera riqueza y crea un impacto social dando como resultado la economía naranja (Galiana, 2019).

### **1.6. Emprendimiento en los sectores de la economía naranja**

La economía creativa es una fortaleza que tiene el país para generar empleo a través de la creación de nuevas organizaciones que crean la semilla para que los negocios forjen una economía sostenida en el territorio, se considera que la economía naranja refleja un 3% del producto interno bruto y un 1% de la población económicamente activa de un país (Proméxico., 2019).

En lo que se refiere al panorama del emprendimiento se considera que la música suele ser un género a nivel global para promocionar a nuevos grupos creativos e innovadores que van a crecer ofreciendo proyectos artísticos musicales. El turismo es otro sector importante para crear estrategias innovadoras que permitan un destino turístico a recorrer, donde se manifiestan emprendimientos que ayudan a que la ruta sea de entretenimiento y distracción para con Los visitantes en el Ecuador, mostrando el patrimonio tradicional e históricos para abarcar lugares de interés nacional e internacional para fortalecer el crecimiento del turismo, la industria y nuevas organizaciones (Ríos, 2019).

También es parte de la economía naranja la creación de nuevas empresas de promoción y publicidad a través del uso de los medios convencionales y digitales de información; donde existe afinidad gráfica y digital, a través de proyecto multimedia y diseños interactivos que permiten un mayor volumen de empleo y a la vez contenidos audiovisuales de calidad, dentro de la industria cinematográfica, televisión o medios digitales. Parte de un aspecto innovador es la creación de videojuegos que crea expectativa en el mercado juvenil y a la vez competitividad al realizar imaginación constante que va a vincular a diferentes organizaciones y forjar empleos para todos aquellos profesionales relacionados con la tecnología, donde existen diferentes versiones que van a tener competitivo al mercado de software y Hardware (Ruiz, 2020).

Dentro de la economía naranja también se visualiza la moda como un eje importante para el desarrollo de las organizaciones en el Ecuador, dónde aparecen emprendimientos relacionados con la moda y nuevos diseñadores que van a preparar tendencias de productos en la industria textil, calzado, belleza, entre otros que requieran a profesionales competentes en cada área y que forman parte de la creatividad naranja (Flores, 2020).

En la economía naranja aparecen diferentes factores de diversidad étnica y lingüística en cada uno de las ciudades del Ecuador, dónde se favorece al turismo como principal fuente de atracción para el emprendimiento al igual que la industria tecnológica que va a permitir la efectividad de personas expertas en temas y que se van a relacionar con el ámbito social, turístico, artístico, estratégico y comercial, impulsando la industria a través de la economía naranja y estimulando a los ciudadanos a que sean innovadores en su idea o emprendimiento (Jal, 2020).

### **1.7. Empresario**

Alcanzar el éxito profesional al momento de que los conocimientos y las experiencias permiten el desarrollo personal, es el asumir la responsabilidad y retos de servicio para una comunidad que requiere de bienes y servicios. El empresario tiene la ventaja de ser su propio jefe y de lograr los beneficios a través del tiempo, con reconocimientos que permiten un desarrollo sostenido de la economía y el ambiente social de un país (López, 2021).

El empresario suele tener inconveniente al momento de que se asumen riesgo que pueden traer situaciones adversas, que con dedicación y responsabilidad se puede afrontar los problemas optando con conocimiento, lograr una actitud de prevención y de usar habilidades para mantener la perseverancia y la autoconfianza en el fortalecimiento de una organización.

### **1.8. Competitividad**

Para el autor Rudibel (2018) la competitividad representa las políticas de un plan de marketing que propone cambios relevantes en el manejo de las estrategias, buscando efectividad en los lineamientos exigidos y a la vez la disminución de costos, sin importar el incremento de las ventas.

La investigación realizada por el autor Rudibel evidencia la importancia de la competitividad al momento que se utiliza la influencia de un personaje reconocido en los medios digitales y redes sociales; para ofrecer de manera confiable y efectiva información de interés a seguidores de una marca específica, se suma al marketing de influencers el manejo del e-marketing, correo electrónico y el e-commerce, como principales herramientas adjunta a la estrategia para fusionar la efectividad de los procesos y la competitividad en los medios tecnológicos de información.

### 1.9. Empresas de economía naranja en otros países

La economía naranja tiene influencia directa en temas relacionados con artes escénicas, y visuales; también refleja una aplicación sostenida en el cine y en la música. La moda es un aspecto relevante para innovar de forma continua, la arquitectura representa un claro contexto de diseño e Ingenio para obras magnas que reflejen la atención y el interés de un público extenso.

Tabla 4 Economía naranja aplicado por empresa Calzatodo

Marca/Logo	Descripción
	Empresa que comercializa un calzado innovador de excelente calidad que se posiciona en el Mercado con 18 marcas reconocidas por su comodidad y confort, por lo que se despliegue en alrededor de 164 tiendas en el Ecuador.

Fuente: [www.ccc.org.co](http://www.ccc.org.co) (2022)

Es una empresa que nace en Colombia y se expande a diferentes países de América Latina y cuenta con un calzado para toda la familia, su presencia en el mercado es de más de 40 años y se consolida como exportadora de calzado para mujeres, hombre y niño. La economía naranja se le aplica al momento que se elaboran zapatos tenis, sandalias, tacones, botas y botines, mocasines, entre otros, para la mujer tradicional. También se elaboran calzado para hombres como casuales, tenis y botas. El calzado también está elaborado para niños por su comodidad y la última tendencia en la moda.

Tabla 5 Economía naranja aplicado por empresa Quest

Marca/Logo	Descripción
	Empresa que tiene creatividad y continuas estrategias en el diseño y, producción de diversos artículos de la moda actual urbana, se despliegue su comercialización en 66 tiendas en el país.

Fuente: [www.ccc.org.co](http://www.ccc.org.co) (2022)

Es una tienda tradicional de ropa que tiene como aspecto innovador su gestión a través de los medios online de comunicación entre sus diferentes productos se encuentra la comercialización de camisas polos, jeans, zapatos, diversos accesorios tanto para la mujer como para el hombre ideal para la ocasión. Entre sus principales características de la economía naranja se encuentra la gestión de trabajo en equipo en los medios digitales, como es el acceso a una

plataforma, donde se encuentra la variedad de productos solicitados por el cliente, para luego de facturar hacer la entrega y de esa forma ampliar la cobertura de negociación y a la vez mantener una mayor rentabilidad.

Tabla 6 Economía naranja aplicado por empresa Rta Desing

Marca/Logo	Descripción
	<p>Empresa de muebles especializada en el diseño innovador y personalizado, con excelente acabados en la producción de modulares para hogares o empresas, su producción y creatividad permite exportar a más de 200 muebles de diversos diseños a alrededor de 12 países en Europa y América.</p>

Fuente: [www.ccc.org.co](http://www.ccc.org.co) (2022)

Es una organización líder en la fabricación de escritorio, archivadores, bibliotecas y centros inteligentes de trabajo, además de la construcción de dormitorios exclusivos, closet y camas. El aspecto innovador de la economía naranja radica en realizar un trabajo consultivo y de asesoría con el cliente, donde resalta el modelo o diseño que requiere para su pronta elaboración. Parte de la economía naranja es privatizar el diseño a exigencia del cliente para esa manera personalizar su creación y la hegemonía de servicio visible en los medios online de comunicación

Tabla 7 Economía naranja aplicado por empresa periodística El País

Marca/Logo	Descripción
	<p>Es uno de los medios de mayor venta en Colombia por su profesionalismo y veracidad en el periódico, es el más leído del suroccidente colombiano, ha sido merecedor de reconocimientos a nivel nacional e internacional por su alto despliegue de información investigativa, su tiraje abarca más de 34.700 suscriptores.</p>

Fuente: [www.ccc.org.co](http://www.ccc.org.co) (2022)

Es el medio de comunicación más relevante por la economía naranja. siendo su principal eje de acción el mostrar la noticia en el momento que se presenta a través de los medios online y expandir la información a otros medios en su país de España y el mundo tiene una manera excelente y creativa de informar en temas de economía, política, deporte, sociedad, gente, tecnología, modas, viajes, entre otros. Su aspecto innovador también refleja información de

carácter internacional y muestra programas especiales para la comunidad, su territorio en la ciudad de Madrid y Cataluña, sin embargo su objetivo es dar información en todo el mundo. Tiene diversos socios estratégicos en países como Colombia, Costa Rica, México, entre otros, que mantienen una misma ideología de servicio.

Tabla 8 Economía naranja aplicado por empresa CorfeCali

Marca/Logo	Descripción
	<p>Pionero en la cultura de la región en el ámbito nacional e internacional, especialista de eventos innovadores, con creatividad y visión, y la producción y operación de eventos que son declarados como un patrimonio Cultural dentro de su país</p>

Fuente: [www.ccc.org.co](http://www.ccc.org.co) (2022)

La economía naranja de la organización refleja un ajuste contemporáneo de temas innovadores que requieren la atención de diferentes ciudadanos que albergan un grado de desarrollo y sostenibilidad dentro de las actividades que realiza. Cada evento que realiza la organización está reflejado con una visión sostenida en el ámbito presencial y online, dos de la mayor parte de empresa participan para auspiciar los eventos tradicionales dentro de un cronograma anual de actividades, además se vincula a todos aquellos eventos magnos que requieren la consolidación de un equipo altamente calificado en las diferentes áreas a organizar.

Tabla 9 Economía naranja aplicado por empresa Musicar

Marca/Logo	Descripción
	<p>Creatividad y estrategias relacionadas con el marketing sensorial, que toma en consideración cinco sentidos y que su innovación es motivo de recordación. Su expansión se da en cinco países de Latinoamérica.</p>

Fuente: [www.ccc.org.co](http://www.ccc.org.co) (2022)

Una empresa de marketing que utiliza la economía naranja como su principal eje de innovación para propagar información detallada de cada uno de los productos y servicios, esto demanda conectividad continua y un eje claro de comunicación en su variedad y diversidad de productos que van a permitir la creatividad continua que va a estimular los sentidos tanto del cliente como de los usuarios para impulsar una negociación.

## 2. Materiales y método

El diseño de la Investigación tiene un enfoque mixto, el nivel de investigación es descriptivo y el tipo de investigación es documental, de campo y no experimental. Se aplica un método analítico al momento que se establece toda la información de cada uno los clientes, donde se considera sus necesidades y se procede a realizar las estrategias de una economía naranja para acaparar una negociación futura y desarrollo sostenido de las Pymes. Para alcanzar el objetivo se realizaron entrevistas a emprendedores que son parte de la economía naranja en la ciudad de Guayaquil, y se procede a una encuesta a los clientes para conocer las expectativas de una idea innovadora dentro de la recopilación de información.

La población de la presente investigación se obtendrá la información del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010), el sitio Web presenta que existen 1'395.935 habitantes económicamente activos en la ciudad de Guayaquil, de dichos habitantes de la población se extraerá la muestra para la aplicación de la encuesta.

### Población y Muestra

El universo está conformada por la población económicamente activa que utiliza los medios digitales en la ciudad de Guayaquil, que según el Instituto nacional de estadísticas y censos (2021) son un total de 1.242.733 personas; se aplica un margen de error del 5% y una confianza del 95% se logra aplicar la fórmula de la población finita para obtener una muestra de 384 personas que podrían dar un criterio sostenido sobre la importancia de las estrategias proveniente de la economía naranja (Mercado & Coronado, 2021)..

n = La muestra

N = Población

E = error muestral

$\sigma^2$  = Desviación s de error

Z = Confianza

(N) ----- 1.242.733

(e) ----- 0,05

( $\sigma^2$ ) ----- 0,50

(Z<sup>2</sup>) ----- 1,96

$$n = \frac{N * \sigma^2 * Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 * Z^2}$$

$$n = \frac{1.242.733 * (0,5)^2(1,96)^2}{(1.242.733)(0,05)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{1.242.733 (0,96)}{3106.83 + (0,96)}$$

$$n = \frac{1193520.77}{3107.79}$$

$$n = 384.04$$

La muestra está reflejada por un valor de 384 personas que son parte de la población económicamente activa y que a través de una encuesta se podrá visualizar la necesidad de aplicar una economía naranja en las Pymes para fortalecer aún más las negociaciones y obtener mayor rendimiento.

En la técnica de investigación científica se establece los procedimientos y métodos a utilizar para resolver un problema encontrado, es un conjunto de lineamientos que va a permitir que el investigador logre realizar el manejo de instrumentos para registrar y recolectar datos, pruebas, opiniones, formularios, entre otros; para lograr el uso de los recursos que va a permitir una acción específica en el ámbito profesional y científico, entre los principales instrumentos que va a utilizar el investigador para el registro y recolección de datos están la encuesta y la entrevista.

La encuesta se la desarrolla a la población económicamente activa en el sur de la Ciudad de Guayaquil, donde se establece preguntas cerradas que van a definir la gestión de aplicación de ideas de negocio innovadoras entre quienes forman parte de la economía. La entrevista se la desarrolla para aquellos emprendedores que tienen productos o servicios innovadores y que fortalecen el manejo de la tecnología para alcanzar las metas planificadas y propuestas en el fortalecimiento de la economía naranja.

### **3. Resultados**

Señala Nohlen (2019) que se requiere el realizar un resumen comparativo de las entrevistas realizadas; donde los elementos se ubican en columnas, con los datos, identificando la tendencia de temas con similitud, por lo que resultan útiles en la recolección de información y conocimientos para así interpretar los contenidos.

#### **Entrevista a emprendedores**

Los emprendedores entrevistados son personas expertas que tienen un negocio nuevo y que aplica conceptos de economía naranja al momento que participa en la creatividad y el manejo de los medios tecnológicos de comunicación y redes sociales, donde se recopila información por parte de la entrevista a Maria Montaña en el manejo de productos de consumo masivo y Shirley Bedor diseñadora de servicios informáticos a través de una aplicación tecnológica dirigida a la comunidad cibernética.

Tabla 10 Conocimiento de la economía naranja

Pregunta 1	María Montaña	Shirley Bedor
¿Para usted qué significa la economía naranja aplicada en su negocio?	relación directa con la creatividad y el talento que tienen los profesionales y ejecutivos	Su trabajo de una forma innovadora y llamativa que despierte el interés y la atención

**Fuente:** Entrevista emprendedores (2023).

**Elaborado por:** Autores

El objetivo es identificar la definición de la economía naranja, y los factores que permite el dinamismo y la efectividad al momento de realizar un negocio, los clientes, siempre involucra confianza, responsabilidad, efectividad y puntualidad que son los factores claves para un feliz término en la venta y posventa de un producto innovador.

Tabla 11 Como se considera el interés del cliente en una idea innovadora

Pregunta 2	María Montaña	Shirley Bedor
¿Cómo aplica usted una idea innovadora para que se ejecute?	Ser pioneros en crear productos llamativos	Propiedad intelectual en áreas relacionadas a la moda a la tecnología, cine, cultura, entre otras.

**Fuente:** Entrevista emprendedores (2023).

**Elaborado por:** Autores

El objetivo es que como cliente, se requiere el ahorro de tiempo al momento de utilizar la tecnología, se da seguridad al producto desde el internet y a la vez también al realizar las transacciones de pago por medio de transferencia o tarjeta de crédito. Las ventajas de comprar por internet, permite que el producto tenga las condiciones requeridas y a la vez existe ética y eficiencia de la empresa para con el cliente.

Tabla 12 Estrategias y habilidades en la economía naranja

Pregunta 3	María Montaña	Shirley Bedor
¿Cuáles son sus principales habilidades para ejecutar una idea innovadora?	La economía naranja es Innovación en la industria, refleja creatividad en la economía y logra el invento de variedades de productos que despiertan el interés y la atención de los ciudadanos	Habilidad en el uso de diferentes medios digitales, televisivos, artesanales y turismo, donde pernocta la creatividad de expertos profesionales y ciudadanos con talento creativo.

**Fuente:** Entrevista emprendedores (2023).

**Elaborado por:** Autores

El objetivo de proponer el uso de la red social como principal habilidad de comunicación

de los emprendedores, porque de esa forma ahorran tiempo de traslado, se evita riesgo de inseguridad y a la vez ahorro de los recursos económicos.

Tabla 13 Como emprender un negocio propio a través de la economía naranja

<b>Pregunta 4</b>	<b>María Montaña</b>	<b>Shirley Bedor</b>
¿Describa los motivos por lo que Ud. requiere emprender su propio negocio?	Usar un modelo de desarrollo sostenido al momento que se incentiva la creación de nuevos productos que tiene un aspecto innovador	Suplir la necesidad de los ciudadanos, por lo que es necesario normalmente proteger los derechos intelectuales y felicitar las acciones de los emprendedores

**Fuente:** Entrevista emprendedores (2023).

**Elaborado por:** Autores

Para emprender un negocio propio se requiere el manejo sostenido de las principales redes sociales a utilizar en el negocio son el Instagram, Facebook, Telegram, Twitter, WhatsApp, entre otras. También se utiliza el e-marketing y el correo electrónico.

Tabla 14 Estrategias de la economía naranja

<b>Pregunta 5</b>	<b>María Montaña</b>	<b>Shirley Bedor</b>
¿Cuáles serían las principales estrategias que va a aplicar al momento de arrancar con su negocio?	La economía naranja está reflejada en diferentes medios de comunicación como estrategias de expansión de la información de un bien o servicio innovador	La estrategia relacionada al uso de la página web se vislumbra el contenido y los detalles del mix de marketing, en los centros comerciales se establecen puntos de ventas, entre otras estrategias que tratan de atraer la perspectiva y deseo de los clientes

**Fuente:** Entrevista emprendedores (2023).

**Elaborado por:** Autores

El objetivo es la descripción de las estrategias de comunicación, se le realiza a través de lo que se conoce como marketing en línea, se procede a realizar el manejo del correo electrónico o el chat para solicitar la respectiva información del producto o el servicio, luego se llega a una negociación en precio, tiempo de entrega, garantía, descuento, crédito, entre otros detalles de la negociación. Después se procede a realizar la transferencia del valor del bien solicitado y a cubrir la entrega inmediata.

Tabla 15 Estrategias de comunicación y tecnología

<b>Pregunta 6</b>	<b>María Montaña</b>	<b>Shirley Bedor</b>
¿Cómo va a aplicar la tecnología para fomentar una comunicación eficaz para con los clientes?	La economía naranja tiene relación directa con la tecnología, donde se muestra los bienes y servicios a ofrecer.	Se aplica la tecnología en la cultura de trabajo y servicio en emprendimiento, así forjar talento e intelecto a disposición de los ciudadanos desde la web o redes sociales.

**Fuente:** Entrevista emprendedores (2023).

**Elaborado por:** Autores

La tecnología permite en la actualidad una comunicación efectiva e inmediata en pocos segundos, donde la negociación se puede lograr una vez que existe el interés del cliente, dando garantía y servicio de entrega inmediata, elementos que son parte de la economía naranja. La red internet en la actualidad; es uno de los principales medios de comunicación que existe para un segmento de mercado específico, que normalmente está referenciado entre adolescente jóvenes y adultos para que puedan disfrutar de diferentes páginas web y a la vez poder tener la oportunidad de conocer los productos o servicios innovadores que se detallan en las diferentes redes sociales.

Tabla 16 Las ventas y postventas con la economía naranja

<b>Pregunta 7</b>	<b>María Montaña</b>	<b>Shirley Bedor</b>
¿Considera que la economía naranja va a permitir mejorar las ventas y posventa dentro de su negocio?, ¿explique por qué?	La economía naranja en el Ecuador tiene como principal objetivo, el fortalecer a la industria y al emprendimiento; para poder crear nuevas organizaciones que permitan sostener el trabajo de varias personas y a la vez nuevo esquemas de liquidez y solvencia para la familia en el Ecuador.	Las ventas es el resultado de las estrategias innovadoras realizadas para garantizar el éxito de la negociación y el desarrollo sostenido de nuevas postventas dentro de la industria convencional y digital.

**Fuente:** Entrevista emprendedores (2023).

**Elaborado por:** Autores

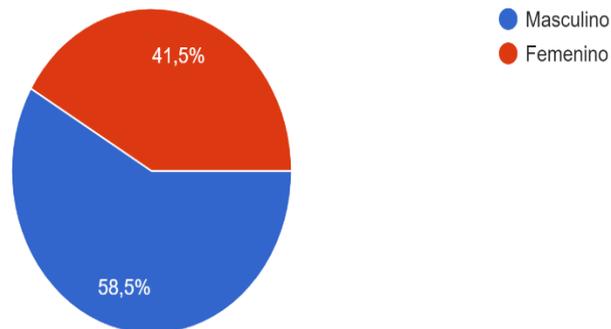
El producto debe tener un valor agregado e innovador para que pueda ser visto por todos los cibernautas y de esa manera provocar el impacto que va a culminar en la negociación; utilizando todos los medios digitales de comunicación, pagos, y transferencias. En el momento que el producto ofrecido es diferente a cualquier otro producto en ese momento existe Innovación

y creatividad, lo que ocasiona la negociación inmediata.

## Encuestas

Es importante dar a conocer que la mayor parte de personas que participaron en la encuesta a través de la plataforma Google forms son emprendedores. A continuación, se detalla los resultados obtenidos de la muestra de 384 personas con enfoque cuantitativo a la población económicamente activa de Guayaquil, obteniendo los siguientes resultados:

Figura 2 Género de los encuestados

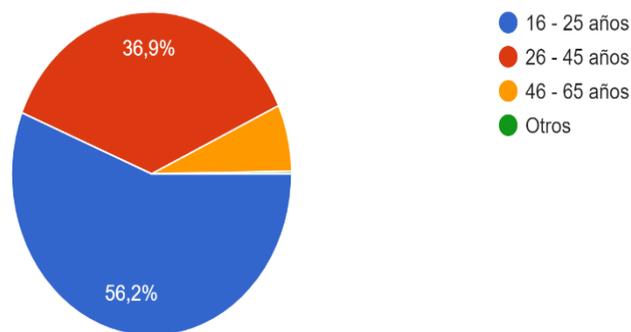


**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La mayor parte de los encuestados pertenecen al género masculino en un 58,5%, el restante pertenece al género femenino en un 41,5%.

Figura 3 Edad de los encuestados

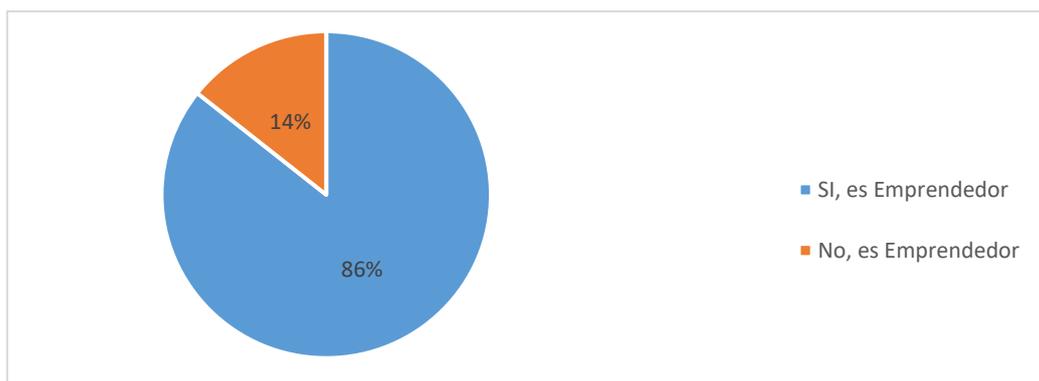


**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La edad de los encuestados fluctúan en un 56,2% entre 16 a 25 años, el 36,9% tiene una edad que fluctúa entre 26 a 45 años, y un 7% comprende edades entre 46 a 65 años.

Figura 4 Considera que Ud. es un emprendedor, acorde a sus idea de formar un negocio propio

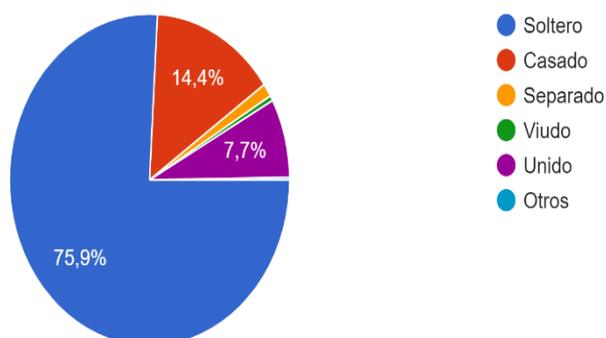


**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

Existe un 86% de ciudadanos que se consideran emprendedores y son jóvenes con ideas innovadoras en el esquema de encuesta realizada.

Figura 5 Estado civil de los encuestados



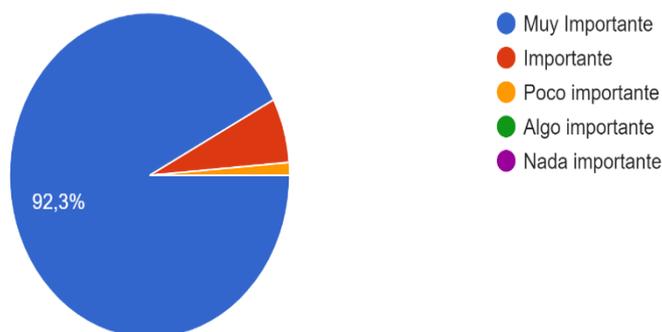
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

El estado civil de los encuestados que participan son en un 75,9% son solteros, un 14,4% son casados, un 7,7% son unidos y un 2% están entre separados, viudos y otros.

**1. ¿Considera importante tener una idea innovadora para un emprendimiento que mejore su nivel de vida e ingresos?**

Figura 6 Importancia de una idea innovadora



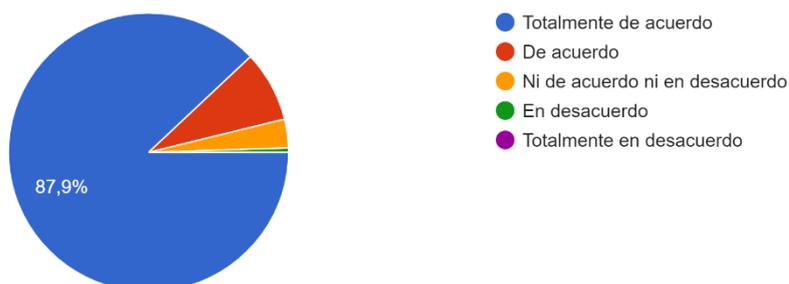
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La primera interrogante señala que la importancia de una idea innovadora en un 92,3% es muy importante, en un 6% es importante, menos del 2% consideran que es poco o algo importante. La mayor parte de los encuestados señalan que al momento de aplicar una idea innovadora, es señal de un emprendimiento que va a mejorar el nivel de vida del individuo al igual que el de su familia.

## 2. ¿Considera que una idea innovadora puede ser ejecutada en familia?

Figura 7 Idea innovadora debe de ser ejecutada en familia



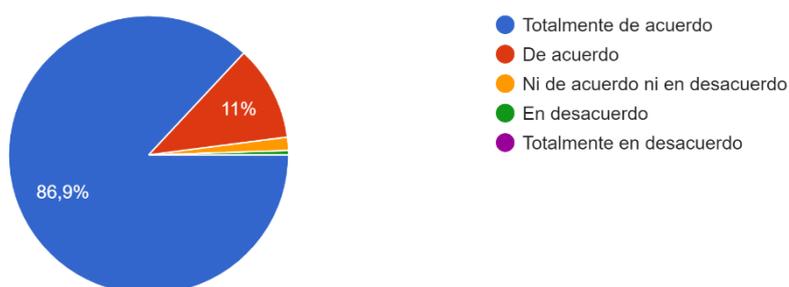
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La interrogante dos señala que la idea innovadora puede ser ejecutada por la familia, donde el 87,9% está totalmente de acuerdo, un 7% considera estar de acuerdo y apenas un 4% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo. La familia es el soporte más importante de la economía de un país, por lo tanto, debe de participar en diferentes acciones innovadoras que congratule su participación activa dentro de un plan de negocio que permita mejorar los niveles de vida.

## 3. ¿Al momento de que se aplique una idea innovadora se contribuye a fortalecer el empleo?

Figura 8 Con una idea innovadora se fortalece el Empleo



**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

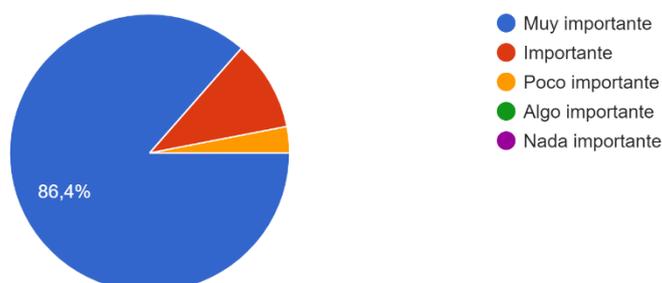
**Elaborado por:** Autores

La interrogante tres señala que la idea innovadora contribuye a fortalecer el empleo, por lo tanto, el 86,9% está totalmente de acuerdo y un 11% está de acuerdo, apenas el 2% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo. El análisis a la presente interrogante señala que toda idea innovadora es la base para forjar nuevas oportunidades de trabajo, donde se requiera personal

preparado en determinadas áreas para garantizar el éxito y la rentabilidad del emprendimiento.

#### 4. ¿Considera importante el financiamiento con entidades bancarias para fortalecer la idea de negocio?

Figura 9 Importancia del financiamiento como fortaleza de una idea de negocio



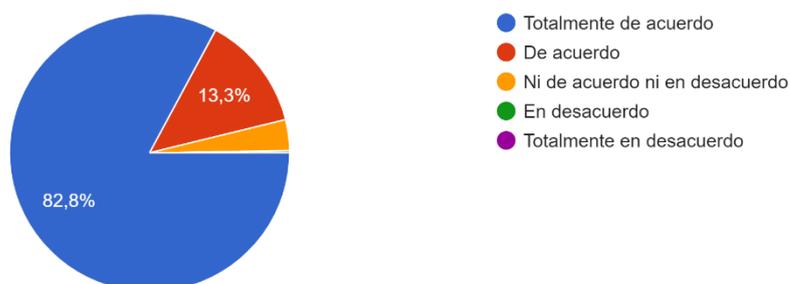
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La interrogante número cuatro, referente al financiamiento de las entidades bancarias, el 86,4% señala que es muy importante, el 10% considera que es importante, un 3% señala que es poco importante. Al momento de realizar un crédito en una entidad financiera este debe de ser utilizado para el emprendimiento, tomando en consideración un estudio de mercado y a la vez las habilidades y conocimiento de la persona emprendedora.

#### 5. ¿Cree usted que la idea innovadora de ser requerida por los clientes o futuros consumidores?

Figura 10 Idea Innovadora requerida por clientes o consumidores



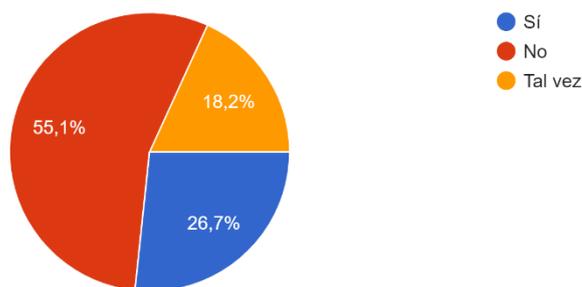
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La interrogante 5 señala que está totalmente de acuerdo que la idea innovadora tiene que ser aceptada por los clientes, un 13,3% está de acuerdo que los consumidores son los más relevantes de adquirir el producto o servicio innovador.

## 6. ¿Ud. en la actualidad es protagonista de una idea emprendedora?

Figura 11 Protagonista de una idea emprendedora



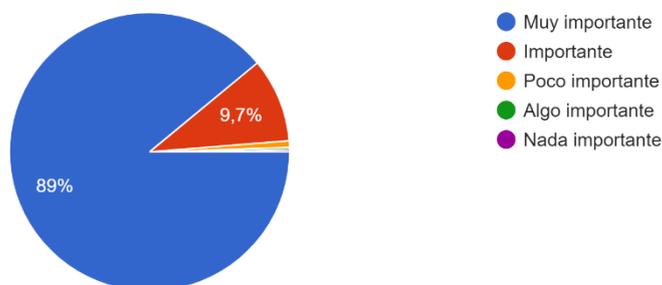
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La pregunta número seis referente a ser protagonista de una idea emprendedora, el 55,1% señala que no, sin embargo el 26,7% indica que sí estaría protagonizando una idea innovadora, un 18,2% tal vez en algún momento lo haría. Se requiere una cultura de participación activa y responsable de los ciudadanos para que todos realicen acciones educativas para luego forjar su propia fuente de ingreso a través de una idea emprendedora.

## 7. ¿Considera que es importante conocer la tendencia de mercado y la competencia al momento de aplicar una idea innovadora?

Figura 12 Importancia del mercado al momento de que se da una idea innovadora



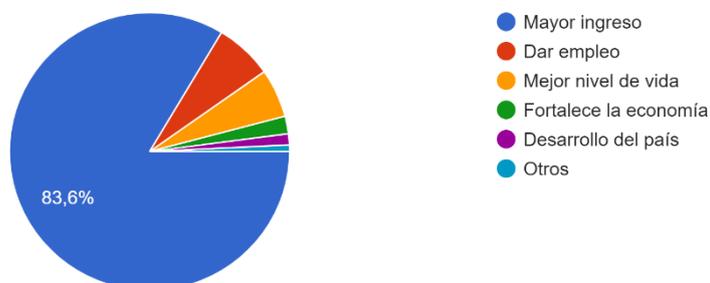
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La interrogante número siete, referente a que es importante conocer la tendencia de mercado al igual que su competencia, el 89% señala que es muy importante, un 9,7% señala que es importante y menos del 2% que es poco o algo importante. En conclusión a la interrogante, la tendencia de mercado refleja la orientación básica para considerar lograr el éxito de la idea innovadora, por lo tanto, se requiere su aplicación directa al igual que la medición cuantitativa del estudio de Mercado.

## 8. ¿Ud. conoce lo que es la creación de negocios considerando la economía naranja?

Figura 13 Creación de un negocio considerando la Economía Naranja



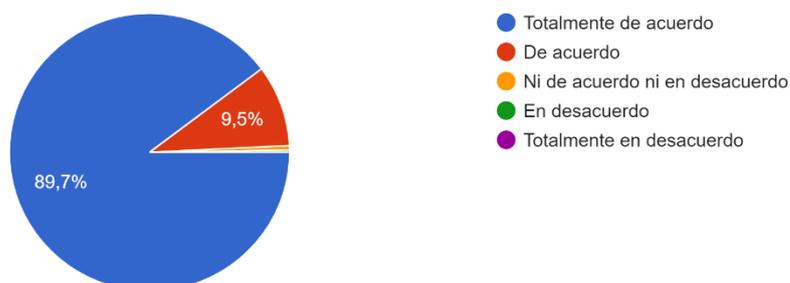
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La interrogante número ocho referente a dónde va enfocado el futuro de la idea innovadora dentro de la economía naranja, el 83,6% señala que es la obtención de ingreso lo más importante, luego se considera el dar empleo o buscar un mejor nivel de vida con un 4%, además de fortalecer la economía y el desarrollo del país. La viabilidad a la interrogante fortalece la idea innovadora o plan de negocio que se aplique para fortalecer la economía naranja dentro de un país, siendo necesario una cultura de esfuerzo y desarrollo para garantizar el éxito del emprendimiento.

## 9. ¿Se debe de aplicar la economía naranja, al momento de realizar un plan de negocio?

Figura 14 Se debe de aplicar la economía naranja en un plan de negocio



**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

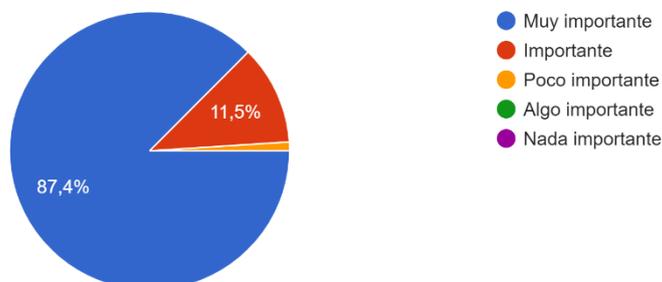
**Elaborado por:** Autores

La interrogante número nueve referente a la aplicación de la economía naranja para realizar un plan de negocio, el 89,7% está totalmente de acuerdo en hacerlo, un 9,5% está de acuerdo en aplicar la economía naranja, apenas menos del 1% considera que no considera estar de acuerdo en su aplicación. La economía naranja es la tendencia del futuro para poder forjar ideas innovadoras; entre los jóvenes estudiantes graduados de las universidades, que requieren aplicar todos los conocimientos adquiridos en una idea innovadora que sea relevante para mejorar su condición de vida y a la vez permitir la oportunidad de forjar plazas de empleo que va

a garantizar la liquidez, el desarrollo del emprendedor y su familia.

### 10. ¿Es importante que se realice un análisis referente al plan de negocio o idea innovadora para la estructura de la economía naranja?

Figura 15 Importancia del análisis del plan de negocio

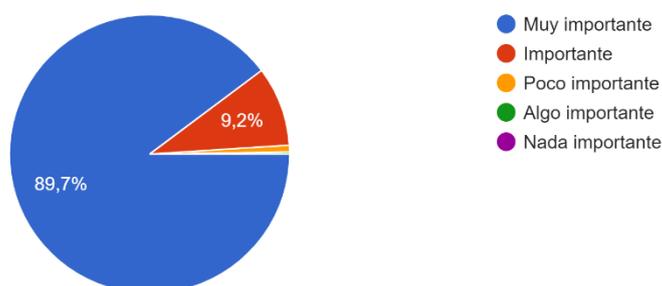


**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil  
**Elaborado por:** Autores

La interrogante número diez, referente a que sí es importante realizar un análisis del plan de negocio para fortalecer la aplicación de la economía naranja, un 87,4% considera que es muy importante su aplicación, un 11,5% considera que es importante la estructura de la economía naranja, y menos del 1% señala que es poco o algo importante su aplicación. La economía naranja representa un eje estructural relevante que permite que las funciones de un emprendimiento se fortalezcan a través del conocimiento y la experiencia; de esa manera se garantiza el plan de negocio al igual que los indicadores de gestión positivos y optimistas en su ejecución.

### 11. ¿Considera que es importante realizar un estudio demográfico tanto del producto como del mercado para el éxito de la economía naranja?

Figura 16 Importancia del estudio demográfico para el éxito de la economía naranja



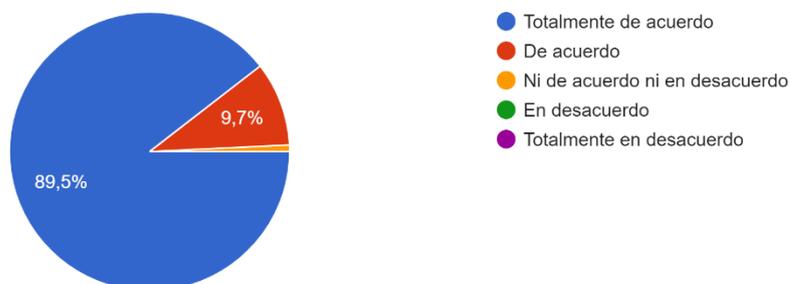
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil  
**Elaborado por:** Autores

La Interrogante número 11 señala sobre la importancia de realizar un estudio demográfico, tanto del producto como del mercado, donde el 89,7% considera que es muy importante, un 9,2% señala que es importante, sin embargo, menos el 1% indica que es poco o algo importante el estudio demográfico. Conocer la tendencia del mercado en lo que se refiere a la adquisición de un determinado producto o servicio requiere de todas las pautas necesarias

para medir su interés en la adquisición de los ciudadanos y de esa manera garantizar el éxito del plan de negocio al igual que la gestión de la economía naranja aplicada.

### 12. ¿Dentro de la economía naranja es importante el análisis de las estrategias de ventas, mercadotecnia, publicidad y distribución?

Figura 17 Importancia del análisis de estrategias de ventas, mercadotécnica y publicidad



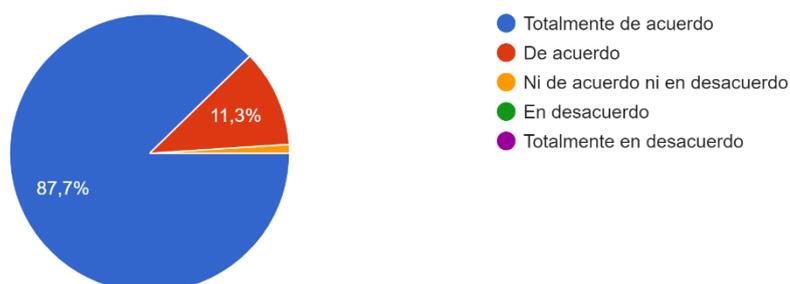
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La interrogante número 12 que considera que la economía naranja es importante al momento de aplicar las estrategias de ventas y mercadotecnia, un 89,5% está totalmente de acuerdo, al igual que un 9,7% que está de acuerdo. Las ventas requieren de un manejo adecuado de la publicidad, al igual que un posicionamiento sostenido en el territorio que va a permitir la expansión del negocio, garantizar el empleo y obtener rentabilidad que permita mejorar el nivel de vida del emprendedor y su familia.

### 13. ¿En la economía naranja se debe de analizar la viabilidad de la idea innovadora o del plan de negocio realizado, para alcanzar un margen de utilidad atractivo?

Figura 18 Viabilidad de idea innovadora del plan de negocio



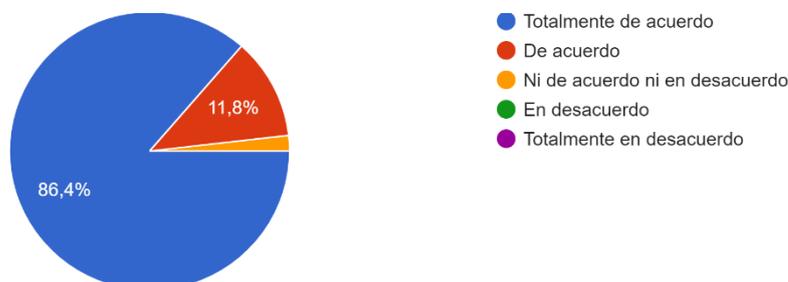
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La interrogante número 13 indica que la economía naranja tiende a manejar la viabilidad de la idea innovadora, donde el 87,7% está totalmente de acuerdo, y un 11,3% está de acuerdo, menos del 1% estará en desacuerdo. La economía naranja refleja la aplicación de una idea innovadora que se va a ejecutar con el fin de alcanzar metas económicas, que garantice el desarrollo sostenido del emprendedor y de su familia para lograr una atractiva utilidad.

#### 14. ¿Cree indispensable el uso del modelo de Canvas para fortalecer la economía naranja de un producto o servicio innovador?

Figura 19 Uso del modelo Canvas en la economía naranja

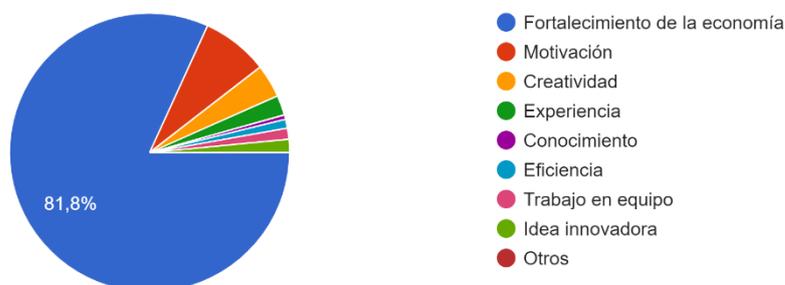


**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil  
**Elaborado por:** Autores

La pregunta 14 sobre la aplicación del modelo de Canvas señala que el 86,4% está totalmente de acuerdo, un 11,8% está de acuerdo, sin embargo menos del 2% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Canvas permite medir los aspectos claves en el mercado y en la puesta en marcha de un producto al servicio de la comunidad, donde se establecen las estrategias necesarias para su comercialización y señala las pautas claves que van a permitir alcanzar el éxito planificado.

#### 15. ¿Cuál sería el motivo que lo impulsaría a realizar una idea innovadora o plan de negocio?

Figura 20 Motivos para realizar una idea innovadora

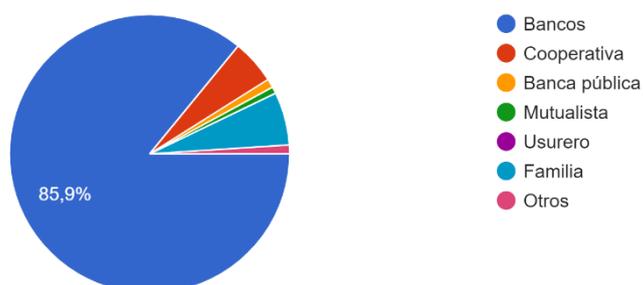


**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil  
**Elaborado por:** Autores

La interrogante número 15 referente al motivo que tienen las personas de impulsar una idea innovadora o plan de negocio, el 81,8% señala que es por el fortalecimiento de la economía, un 8% por motivación propia, un 4% por creatividad e Innovación aplicados, un 3% indica que es por la experiencia que tienen determinada área, y un 2% consideran que es por los conocimientos, la eficiencia, el trabajo en equipo y la idea innovadora aplicada. La idea innovadora es un proceso que da como resultado el garantizar un mejor nivel de vida; debido al fortalecimiento de la economía, siendo necesario un vínculo directo entre el emprendedor y la comunidad para garantizar la expansión del producto o servicio.

**16.¿Al momento de realizar su emprendimiento Cuál será la principal fuente de financiamiento?**

Figura 21 Principales fuentes de financiamiento



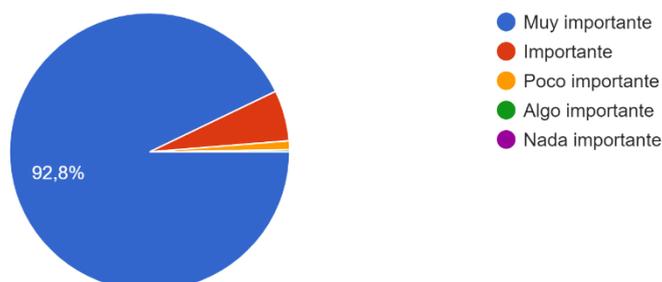
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La interrogante número 16 referente a la principal fuente de financiamiento que se requiere para que se ejecute un emprendimiento, el 85,9% busca el auspicio de un banco para la obtención de un crédito, también se consideran a las cooperativas o a la banca pública en un 5% para el acceso de un crédito, en un 6% participa la familia para que el capital utilizado sea parte del financiamiento de la idea innovadora, también participan dentro de la economía del emprendimiento las mutualistas, y usureros.

**17.¿Considera importante aplicar la propiedad intelectual al momento de tener una idea innovadora?**

Figura 22 Importancia de aplicar la propiedad intelectual



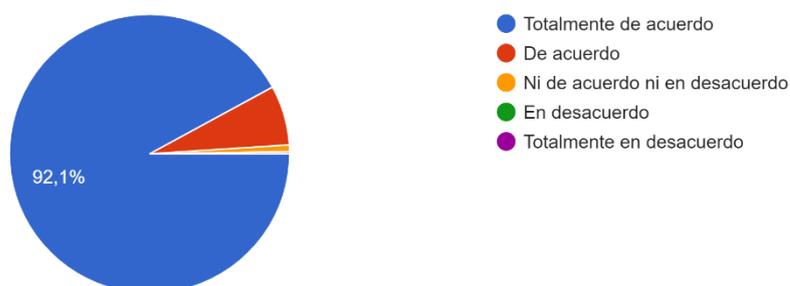
**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La pregunta 17 señala claramente que la propiedad intelectual es importante en un 92,8%, también señalan que es necesaria su aplicación en un 7%, menos el 1% señalan que es poco o algo importante. En el momento que se mantiene la presencia de una idea innovadora esta tiene que ser protegida para garantizar el éxito del negocio.

## 18. ¿Es necesario realizar una planificación estratégica sobre los productos o servicios innovadores en arte y cultura?

Figura 23 Necesidad de realizar una planificación estratégica



**Fuente:** Población económicamente activa de Guayaquil

**Elaborado por:** Autores

La interrogante 18 señala que está totalmente de acuerdo en un 92,1% de realizar una planificación estratégica en la idea innovadora, un 7% está de acuerdo en que se ejecute la misión, Misión y objetivos estratégicos. La idea innovadora requiere de una planificación que está orientada a la aplicación de estrategia para impulsar la idea innovadora al mercado objetivo.

## 4. Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

Se requiere el fomentar la cultura nacional para que exista incentivos en los estudiantes y ciudadanía en general, para forjar medios directos de comercialización, utilizando el talento y la creatividad que garantiza el éxito en áreas artesanales, culturales, educativa, deportiva, emprendimiento, tecnología, entre otros, dentro de la economía naranja.

Referente al primer objetivo sobre la identificación de la economía naranja en la ciudad de Guayaquil se considere que existe el talento creativos y desarrollo humano, que ubican al producto o servicio con un valor agregado que va a permitir que las mentes de emprendedores y clientes detallen inspiración e imaginación con sacrificio y la perseverancia.

El segundo objetivo se refiere al interés de los clientes para un adecuado manejo de estrategias innovadoras con el uso de la economía naranja en Guayaquil, por lo que una ciudad de constante crecimiento comercial requiere generar nuevos empleos que estén ceñidos con la creatividad e Innovación de un producto o servicio; esto implica cultura y tecnología que son elementos amigables en el enfoque de negociación, además de conocer la importancia de que los centros de educación superior formen a emprendedores con creatividad, siendo la economía naranja un referente sostenido en la creación de organizaciones jurídicas y personales que permitan mejorar el nivel de vida de la familia.

Al momento de despertar el interés de los clientes se logra el emprendimiento para dar empleo e incrementar el pago de impuestos, iniciativa de carácter privado, y diversos temas creativos que están vinculados con la trascendencia de bienes y servicios en el mercado.

El tercer objetivo referente a las estrategias de un modelo innovador con la economía naranja, es una oportunidad que tienen los ciudadanos para fortalecer el desarrollo de un negocio, donde muchas veces el talento es indispensable, acompañado de la gestión administrativa para vender con la tecnología, todo lo que el mercado demanda. Se requiere de estrategias que permitan la aplicación de un modelo innovador a través de nuevas tendencias de negociación e ideas, vinculadas al uso de los medios audio visuales, que reflejen un incremento del emprendimiento y a la vez se relacionen con un cambio en la cultura de gestión realizada por las actuales organizaciones, donde la creatividad y eficiencia permite un manejo adecuado de los recursos dentro de la economía naranja.

### **Recomendaciones**

Es importante impulsar nuevos desafíos en el desarrollo de profesionales que tengan acciones culturales y de emprendimiento para forjar la creatividad e Innovación en sus pupilos Y de esa manera crear las bases para emprender en la comunidad y a la vez te sirva de inspiración para jóvenes y adultos para crear su propia fuente de trabajo que con sacrificio se logra mejorar el nivel de vida de la familia.

Abrir el espectro tecnológico para la expansión de la economía naranja en el mercado formal e informal de bienes y servicios, así garantizar el liderazgo de las negociaciones y el adecuado manejo de los recursos para forjar una fortaleza en el conocimiento empírico. Acorde a los resultados obtenidos en la entrevista a un emprendedor y a un cliente se vincula el manejo de la tecnología como principal herramienta de expansión de un bien o servicio comercializado con el uso de aplicaciones móviles, equipo tecnológicos, telefonía y redes sociales, siendo necesario el conocimiento en cada uno de los medios para ampliar el espectro de negociaciones y servicios.

Se recomienda que la educación superior debe de tener un enfoque para con la economía naranja, para que el estudiante a punto de graduarse pueda establecer un emprendimiento creativo que involucre el desarrollo de su plan de negocio y a la vez el desarrollo tecnológico para su expansión, tomando en consideración la habilidad y creatividad que demuestre en su sustentación de grado.

El fomento de la economía naranja se orienta al incentivo de la oferta para un determinado segmento de mercado que está regido en lo cultural, artístico, artesanal, tecnológico, entre otras áreas; y que tiene como enfoque principal el aumento de la demanda y a la vez asegurar un mejor nivel de vida.

## Referencias Bibliográficas

- Albuquerque, F. (2017). *Conceptos básicos de Economía En busca de un enfoque ético, social y ambiental*. Obtenido de <https://www.orquestra.deusto.es/images/investigacion/publicaciones/libros/colecciones-especiales/Conceptos-basicos-economia-enfoque-etico.pdf>
- Annayeskha, G. G. (2020). *Economía del siglo XXI: Economía naranja*. <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077033/28065077033.pdf>.
- Arenas, R. F., & Cañi, J. Y. (2021). *Satisfacción del cliente en una empresa importadora, en Cercado de Lima, 2021*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73280/Arenas\\_RFP-Ca%c3%b1i\\_JYV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73280/Arenas_RFP-Ca%c3%b1i_JYV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Aspillaga, A. (2018). *Mapeo de la Industrias Creativas en Chile, Caracterización y Dimensionamiento*. Santiago de Chile: Maval Ltda.
- Bedoya, B. (2019). *Los estudios económicos y las industrias culturales y creativas*. International Journal of Management and Social Studies. 1 (1), 27 – 42.
- Bragulat, J. (2017). *Aportes para la construcción de una Economía Social, Popular y Solidaria en el Ecuador*. Universidad nacional tres de febrero.
- Buendía, A. (2018). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países.2018. *Revista analisis economico*, vol. 28, nº 69, pp. 55-78, .
- Escandón, P. V. (2018). Diagnóstico y propuesta de buenas prácticas para la industria de animación digital colombiana. *Revista Kepes*. 14, 113 – 140.
- Flores, G. I. (2020). *Emprendimiento Productivos* . <http://saludpublica.bvsp.org.bo/cc/bo40.1/documentos/838.pdf>.
- Galiana, P. (2019). Cómo emprender en verde. *IEBS, Innovation & Entrepreneurship Business School*, <https://www.iebschool.com/blog/emprender-en-verde-creacion-empresas/>.
- Graziani, P. (2018). *Economía circular e innovación tecnológica en residuos sólidos*. América Latina. Caracas: CAF. Retrieved from . Obtenido de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/1247>
- Gutiérrez, D. P. (2019). *Economía naranja y oportunidades de negocio*. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1508>.
- Hernández, A. Q. (2018). El empresario cultural: Estudio Exploratorio (Cualitativo) sobre Empresarismo en las Artes. . *Revista Nacional de Administración*. 3 (2),, 138 – 154.
- INEC. (2021). *Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral%20enero-marzo%202021\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral%20enero-marzo%202021_Mercado_Laboral.pdf)
- INEC, I. N. (2020). *Indicadores Economico y canasta BASica* . [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/Boletin\\_tecnico\\_01-2020-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/Boletin_tecnico_01-2020-IPC.pdf).

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Obtenido de INEC:  
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Jal, R. (2020). Transformando talento en organizaciones sustentables: el desarrollo de emprendimientos de la economía creativa. *FACES.* , 21 (44). 113 – 123.
- López, C. K. (2021). *EL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ANALÍTICO Y LA FIDELIDAD DE LOS CLIENTES DEL SUPERMERCADO PLAZA VEA TACNA, AÑO 2020*. Obtenido de <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1857/Lopez-Chacon-Kevin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mercado, J., & Coronado, J. (2021). El muestreo y su relación con el diseño metodológico de la investigación. *Manual de temas Nodales de la investigación Cuantitativa. Un abordaje didáctico.*, 81-99.
- Nohlen, D. (22 de Mayo de 2019). El Método Comparativo. *Instituto de Investigaciones Jurídicas*, 41-57. Obtenido de SCRIBD:  
<https://es.scribd.com/document/411036087/Utilidad-de-Los-Cuadros-Comparativos>
- Pappalepore, D. (2020). The London 2012 cultural programme: A consideration of Olympic impacts and legacies for . *small creative organisations in east London.* , Tourism Management, 54, 344–355. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.015>.
- Proméxico. (2019). *México in your pocket. Disponible en .*  
<http://comunicacion.promexico.gob.mx/publicaciones/libros/mexico-in-yourpocket.pdf> .
- Ríos, B. (2019). *Más allá del formato. Una mediateca virtual como propuesta de emprendimiento cultural para creadores emergentes.* . 14 (26), 81 – 94.: Anagramas. .
- Rudibel, P. L. (Julio a Sept de 2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. (E. C. Río, Ed.) *Rev cuba cienc informat vol.12 no.3 La Habana jul.-set. 2018*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2227-18992018000300014&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2227-18992018000300014&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Ruiz, J. y. (2020). La tecnología y la innovación como base de creatividad de las empresas culturales. *Revista Europea Dirección y Economía de la Empresa*, , 19 (2), 99 – 110.
- Zapata, B. (27 de Junio de 2018). Economía naranja: riquezas a través de la creatividad y cultura. *El Universo*, págs.  
<https://www.eluniverso.com/vida/2018/06/26/nota/6830435/economia-naranja-riquezas-traves-creatividad-cultura/>.

## **Anexos**

### **Anexos Entrevista a emprendedoras**

**Nombre de la Emprendedora:** Lcda. María Montaña

**Edad:** 42 años

**Nivel de estudio:** Superior

**Emprendimiento:** Dueña de un emprendimiento de dulces lojanos



**1. ¿Para usted qué significa la economía naranja aplicada en su negocio?**

Bueno, considero que la economía naranja tiene relación directa con la creatividad y el talento que tienen los profesionales y ejecutivos.

**2. ¿Cómo aplica usted una idea innovadora para que se ejecute?**

Ser pioneros en crear productos llamativos que tienen propiedad intelectual.

**3. ¿Cuáles son sus principales habilidades para ejecutar una idea innovadora?**

La economía naranja es Innovación en la industria, refleja creatividad en la economía y logra el invento de variedades de productos que despiertan el interés y la atención de los ciudadanos por su contenido en los diferentes medios digitales con talento creativo.

**4. ¿Describa los motivos por lo que Ud. requiere emprender su propio negocio?**

Los motivos es el usar un modelo de desarrollo sostenido al momento que se incentiva la creación de nuevos productos que tiene un aspecto innovador y felicitar a los emprendedores.

**5. ¿Cuáles serían las principales estrategias que va a aplicar al momento de arrancar con su negocio?**

La economía naranja está reflejada en diferentes medios de comunicación como estrategias de expansión de la información de un bien o servicio innovador, que tratan de atraer a los clientes.

**6. ¿Cómo va a aplicar la tecnología para fomentar una comunicación eficaz para con los clientes?**

La economía naranja tiene relación directa con la tecnología, donde se muestra los bienes y servicios a ofrecer.

**7. ¿Considera que la economía naranja va a permitir mejorar las ventas y posventa dentro de su negocio?, ¿explique por qué?**

Las ventas es el resultado de las estrategias innovadoras realizadas para garantizar el éxito de la negociación y el desarrollo sostenido de nuevas postventas dentro de la industria convencional y digital.

**Nombre del Cliente:** Shirley Bedor Arreaga

**Edad:** 28 años

**Nivel de estudio:** Superior

**Emprendimiento:** Comida rápidas con Delivery



**1. ¿Para usted qué significa la economía naranja aplicada en su negocio?**

Realizar su trabajo de una forma innovadora y llamativa que despierte el interés y la atención de todos los ciudadanos.

**2. ¿Cómo aplica usted una idea innovadora para que se ejecute?**

Propiedad intelectual en áreas relacionadas a la moda a la tecnología, cine, cultura, entre otras.

**3. ¿Cuáles son sus principales habilidades para ejecutar una idea innovadora?**

Habilidad en el uso de diferentes medios digitales, televisivos, artesanales y turismo, donde pernocta la creatividad de expertos profesionales y ciudadanos con talento creativo.

**4. ¿Describa los motivos por lo que Ud. requiere emprender su propio negocio?**

Suplir la necesidad de los ciudadanos, por lo que es necesario normalmente proteger los derechos intelectuales y felicitar las acciones de los emprendedores

**5. ¿Cuáles serían las principales estrategias que va a aplicar al momento de arrancar con su negocio?**

La estrategia relacionada al uso de la página web se vislumbra el contenido y los detalles del mix de marketing, en los centros comerciales se establecen puntos de ventas, entre otras estrategias que tratan de atraer la perspectiva y deseo de los clientes

**6. ¿Cómo va a aplicar la tecnología para fomentar una comunicación eficaz para con los clientes?**

Se aplica la tecnología en la cultura de trabajo y servicio en emprendimiento, así forjar talento e intelecto a disposición de los ciudadanos desde la web o redes sociales.

**7. ¿Considera que la economía naranja va a permitir mejorar las ventas y posventa dentro de su negocio?, ¿explique por qué?**

La economía naranja en el Ecuador tiene como principal objetivo, el fortalecer a la industria y al emprendimiento; para poder crear nuevas organizaciones que permitan sostener el trabajo de varias personas y a la vez nuevo esquemas de liquidez y solvencia para la familia en el Ecuador.

## **Anexos Preguntas de las encuestas**

### *Datos Generales*

Edad:                      Género:                      Nivel de estudio:                      Estado civil:

### Preguntas complementarias

**1. ¿Considera importante tener una idea innovadora para un emprendimiento que mejore su nivel de vida e ingresos?**

- 1) Muy importante    \_\_\_
- 2) Importante                      \_\_\_
- 3) Poco importante    \_\_\_
- 4) Algo importante                      \_\_\_
- 5) Nada importante    \_\_\_

**2. ¿Considera que una idea innovadora puede ser ejecutada en familia?**

- 1) Totalmente de Acuerdo                      \_\_\_
- 2) De Acuerdo    \_\_\_
- 3) Ni de Acuerdo, Ni en Desacuerdo                      \_\_\_
- 4) En Desacuerdo    \_\_\_
- 5) Totalmente en Desacuerdo                      \_\_\_

**3. ¿Al momento de que se aplique una idea innovadora se contribuye a fortalecer el empleo?**

- 1) Totalmente de Acuerdo                      \_\_\_
- 2) De Acuerdo    \_\_\_
- 3) Ni de Acuerdo, Ni en Desacuerdo                      \_\_\_
- 4) En Desacuerdo    \_\_\_
- 5) Totalmente en Desacuerdo                      \_\_\_

**4. ¿Considera importante el financiamiento con entidades bancarias para fortalecer la idea de negocio?**

- 1) Muy importante    \_\_\_
- 2) Importante                      \_\_\_
- 3) Poco importante    \_\_\_
- 4) Algo importante                      \_\_\_
- 5) Nada importante    \_\_\_

**5. ¿Cree usted que la idea innovadora de ser requerida por los clientes o futuros consumidores?**

- 1) Totalmente de Acuerdo                      \_\_\_
- 2) De Acuerdo    \_\_\_
- 3) Ni de Acuerdo, Ni en Desacuerdo                      \_\_\_
- 4) En Desacuerdo    \_\_\_
- 5) Totalmente en Desacuerdo                      \_\_\_

**6. ¿Ud. en la actualidad es protagonista de una idea emprendedora?**

- 1) Si                      \_\_\_
- 2) No                      \_\_\_
- 3) Tal vez                      \_\_\_

**7. ¿Considera que es importante conocer la tendencia de mercado y la competencia al momento de aplicar una idea innovadora?**

- 1) Muy importante    \_\_\_

- 2) Importante \_\_\_\_\_
- 3) Poco importante \_\_\_\_\_
- 4) Algo importante \_\_\_\_\_
- 5) Nada importante \_\_\_\_\_

**8. ¿Hacia dónde cree Ud. que va enfocado el futuro de las ideas innovadoras o negocios de economía naranja?**

- 1. Mayor Ingresos \_\_\_\_\_
- 2. Dar ejemplo \_\_\_\_\_
- 3. Mejor nivel de vida \_\_\_\_\_
- 4. Fortalece la economía \_\_\_\_\_
- 5. Desarrollo del país \_\_\_\_\_
- 6. Otros \_\_\_\_\_

**9. ¿Se debe de aplicar la economía naranja, al momento de realizar un plan de negocio?**

- 1. Totalmente de acuerdo \_\_\_\_\_
- 2. De acuerdo \_\_\_\_\_
- 3. Ni de acuerdo Ni en desacuerdo \_\_\_\_\_
- 4. En desacuerdo \_\_\_\_\_
- 5. Totalmente en desacuerdo \_\_\_\_\_

**10. ¿Es importante que se realice un análisis referente al plan de negocio o idea innovadora para la estructura de la economía naranja?**

- 1) Muy importante \_\_\_\_\_
- 2) Importante \_\_\_\_\_
- 3) Poco importante \_\_\_\_\_
- 4) Algo importante \_\_\_\_\_
- 5) Nada importante \_\_\_\_\_

**11. ¿Considera que es importante realizar un estudio demográfico tanto del producto como del mercado para el éxito de la economía naranja?**

- 1) Muy importante \_\_\_\_\_
- 2) Importante \_\_\_\_\_
- 3) Poco importante \_\_\_\_\_
- 4) Algo importante \_\_\_\_\_
- 5) Nada importante \_\_\_\_\_

**12. ¿Dentro de la economía naranja es importante el análisis de las estrategias de ventas, mercadotecnia, publicidad y distribución?**

- 1. Totalmente de acuerdo \_\_\_\_\_
- 2. De acuerdo \_\_\_\_\_
- 3. Ni de acuerdo Ni en desacuerdo \_\_\_\_\_
- 4. En desacuerdo \_\_\_\_\_
- 5. Totalmente en desacuerdo \_\_\_\_\_

**13. ¿En la economía naranja se debe de analizar la viabilidad de la idea innovadora o del plan de negocio realizado, para alcanzar un margen de utilidad atractivo?**

- 1. Totalmente de acuerdo \_\_\_\_\_
- 2. De acuerdo \_\_\_\_\_
- 3. Ni de acuerdo Ni en desacuerdo \_\_\_\_\_
- 4. En desacuerdo \_\_\_\_\_
- 5. Totalmente en desacuerdo \_\_\_\_\_

**14. ¿Cree indispensable el uso del modelo de Canvas para fortalecer la economía naranja de un producto o servicio innovador?**

1. Totalmente de acuerdo \_\_\_\_\_
2. De acuerdo \_\_\_\_\_
3. Ni de acuerdo Ni en desacuerdo \_\_\_\_\_
4. En desacuerdo \_\_\_\_\_
5. Totalmente en desacuerdo \_\_\_\_\_

**15. ¿Cuál sería el motivo que lo impulsaría a realizar una idea innovadora o plan de negocio?**

1. Fortalecimiento de la economía
2. motivación
3. creatividad
4. experiencia
5. conocimiento
6. eficiencia trabajo en equipo
7. idea innovadora
8. Otros

**16. ¿Al momento de realizar su emprendimiento Cuál será la principal fuente de financiamiento?**

1. Banco
2. cooperativa
3. banca pública
4. mutualista
5. usurero
6. familia
7. otros

**17. ¿Considera importante aplicar la propiedad intelectual Al momento de tener una idea innovadora?**

- 1) Muy importante \_\_\_\_\_
- 2) Importante \_\_\_\_\_
- 3) Poco importante \_\_\_\_\_
- 4) Algo importante \_\_\_\_\_
- 5) Nada importante \_\_\_\_\_

**18. ¿Es necesario realizar una planificación estratégica en la idea innovadora?**

1. Totalmente de acuerdo \_\_\_\_\_
2. De acuerdo \_\_\_\_\_
3. Ni de acuerdo Ni en desacuerdo \_\_\_\_\_
4. En desacuerdo \_\_\_\_\_
5. Totalmente en desacuerdo \_\_\_\_\_