

INFORMACIÓN DEL PROYECTO O ACTIVIDAD INVESTIGATIVA DESARROLLADA BAJO LA ESTRATEGIA DE FORMACIÓN DE SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN

NOMBRE DEL SEMILLERO	Pitágoras
SEMESTRE / AÑO	01-2020
FECHA DE DILIGENCIAMIENTO DEL FORMATO (DD/M/A)	05/06/2020
TÍTULO DEL PROYECTO O ACTIVIDAD INVESTIGATIVA DESARROLLADA EN EL SEMILLERO	Caracterización de la Economía Naranja en la Comuna 13 de Medellín
PROGRAMA/S ACADÉMICOS	Negocios Internacionales
GRUPO/S DE INVESTIGACIÓN	Metellium
FECHA INICIO PROYECTO / ACTIVIDAD	Agosto de 2019

RESUMEN DEL PROYECTO / ACTIVIDAD (Máximo 350 palabras)	La presente investigación pretende comprender la dinámica de la economía naranja en la Comuna 13 de la Ciudad de Medellín y su relación con los procesos sociales de reconciliación, desarrollo social y económico. Esta temática es de especial relevancia por cuanto el territorio en el que se realiza la investigación es un sector golpeado por procesos de violencia que durante los últimos 30 años lo han ubicado tanto a nivel nacional como internacional como un espacio de pobreza, exclusión, narcotráfico, delincuencia y un desarrollo social nulo. A partir de la intervención social realizada en el sector Las Independencias I, la Comuna 13 ha cobrado un nuevo aire, nuevo color y una nueva vida. Con la construcción de las Escaleras Eléctricas (una intervención que pretendía dar a los habitantes facilidad de acceso y movilidad a sus hogares), primeras en el mundo al aire libre como solución de movilidad para los habitantes, surgió todo un proceso social de resignificación del territorio, de apropiación del espacio público por parte de quienes antes no podían transitar libremente por las calles y de quienes deseaban conocer el sector. A partir de esta nueva concepción del espacio público, surgió la idea de pintar las calles de colores, involucrar a los jóvenes en el proceso de dar una nueva cara al barrio, de usar el arte como arma contra la guerra y el miedo y de construir un nuevo barrio a partir de las Escaleras. Todo esto dio como resultado un proceso de transformación social pionero en el país, que usó el arte (grafitti) para la sanación, el autorreconocimiento, la reconstrucción del tejido social y el desarrollo socioeconómico de la comunidad. En la actualidad, la Comuna 13 y en especial el sector de Las Independencias I es símbolo de una nueva ciudad, un nuevo territorio, un espacio que congrega a ciudadanos locales y extranjeros en una oferta de productos y servicios única que pasa por el arte, la gastronomía, los recorridos turísticos, actividades culturales, reconstrucción de la historia, fotografía y demás actividades que hacen del sector una economía viva y una ciudadanía activa.
--	--

PALABRAS CLAVES (Mínimo 4 palabras claves)	Economía Naranja
MISIÓN / VISIÓN DEL SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN	Misión El semillero de investigación Pitágoras busca la generación de nuevos escenarios académicos que sustenten el enfoque praxiológico y multidisciplinario, donde los estudiantes y docentes aúnen esfuerzos, con el fin de generar un aprendizaje colaborativo que responda a las problemáticas académicas, sociales y económicas del mundo moderno. Visión Para el año 2021, el semillero de investigación Pitágoras será reconocido académicamente en el ámbito nacional e internacional a través de la realización de proyectos de investigación soportados por la publicación de artículos en revistas indexadas, libros y ponencias en eventos de carácter científico.
PROBLEMÁTICA A RESOLVER Y JUSTIFICACIÓN (En el caso de proyecto) Ó DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD FORMATIVA	La comuna 13 de Medellín ha sido reconocida durante años como una de las localidades más violentas del país, donde, según cifras del Sistema de Información para la Seguridad y la Convivencia (Sisc) cada año se reportaban alrededor de 600 casos de asesinatos, sin embargo, esta comuna de alrededor de 138,600 habitantes (Anuario Estadístico de Medellín, 2005) es reconocida también por sus grandes aportes en materia de cultura, arte y creatividad para la ciudad de Medellín y a pesar de esto no posee la caracterización correspondiente de este tipo de actividades económicas y creativas que permita brindar un escenario de la forma en la que funciona e influencia mencionada comunidad, cabe rescatar que de dichos aspectos depende el sustento económico de muchas de las personas que allí que en su mayoría corresponden a los estratos socioeconómicos 1,2 y 3 al ser una característica general de dicha comuna. El tema de la economía naranja ha cobrado especial relevancia en Colombia a partir de la posesión del Presidente Iván Duque y en Medellín, la alcaldía recién inaugurada de Daniel Quintero ha dado nueva fuerza a este concepto, pues la apuesta del Alcalde es hacer de Medellín un distrito tecnológico e innovador, centrado en el desarrollo de software y negocios alternativos, a la vez que se aprovecha la vocación turística de la ciudad que se centra en los aspectos de turismo de salud y ferias, eventos y convenciones. La Comuna 13 se encuentra conformada por 19 barrios: El Pesebre, Blanquizal, Santa Rosa de Lima, Los Alcázares, Metropolitano, La Pradera, Juan XXIII, Antonio Nariño, San Javier 1, San Javier 2, Veinte de Julio, El Salado, Nuevo Conquistadores, El Corazón, Belencito, Betania, La Divisa, Eduardo Santos, El Socorro y Las Independencias (en este último, sector las Independencias I se encuentran las Escaleras Eléctricas). En toda la Comuna hay una serie de desarrollos empresariales que hacen de ella un territorio vibrante, con alta dinámica comercial y con emprendimientos de todo tipo, entre los que se destacan los que tienen que ver con la oferta de servicios y alimentación. En el sector de las Independencias I, con la construcción y puesta en marcha de las Escaleras Eléctricas se emprendieron proyectos productivos relacionados con la actividad turística y cultural, dentro de los que se encuentran el Graffiti Tour, que recorre todo el sector a partir de los graffitis y cuenta la transformación social a través del arte, en él se emplean jóvenes de la comunidad, se encuentran también restaurantes y diferentes ofertas de comida rápida, actividades ligadas a la cultura como la danza, la pintura, la oferta de souvenirs de todo tipo, tiendas de ropa elaborada de manera artesanal, se presentan también organizaciones juveniles que

	ofrecen actividades de baile, teatro, guianza especializada, talleres de pintura, entre otras. Estas actividades de carácter turístico, cultural y de servicios hacen parte de la economía naranja y emplean a gran parte de la población de este sector. Es por ello que, dado el crecimiento económico, la recuperación del tejido social y la creación de un nuevo distrito turístico y comercial, la comuna 13 de Medellín se convierte en un escenario que debe ser estudiado, analizado, comprendido e interpretado desde diferentes perspectivas académicas que contribuyan a construir conocimiento y colaborar con la transformación que en ella se viene presentando. En este sentido, caracterizar la economía naranja en este sector es hoy una necesidad para la ciudad, para la comunidad que habita y vive este espacio y para quienes lo visitan y encuentran en él un sector lleno de vida y de actividad comercial y cultural.
OBJETIVO GENERAL	Analizar los componentes de la economía naranja en la ciudad de Medellín - Antioquia
METODOLOGÍA	Como se ha mencionado, la investigación es de tipo cualitativo y nivel descriptivo, la información se recoge mediante técnicas clásicamente cualitativas como la observación participante, la entrevista a profundidad, el análisis documental, los grupos focales y grupos de discusión. También se usa una técnica cuantitativa, la encuesta, como una herramienta diagnóstica que sirva como punto de partida para acercarse al fenómeno y en la que se pueda dar cuenta de la cantidad de negocios, emprendimientos existentes, algunas variables históricas y socioeconómicas que sirvan de punto de partida y que puedan ser ampliadas, analizadas, profundizadas y comprendidas mediante las técnicas cualitativas. Dado que la pretensión de la investigación es construir teoría que interprete y comprenda el fenómeno de estudio, se ha diseñado para ser desarrollada en las tres fases propuestas por Galeano (2004) para el diseño de proyectos de investigación cualitativa y que se adecúan perfectamente al tipo de objeto de estudio y a los objetivos propuestos. • Fase Preparatoria: establecido el campo en el que se realizará la investigación se determinan y clasifican los ejes centrales de esta, para posteriormente realizar una revisión teórica y documental que permita la ampliación del marco teórico, además se define la cantidad de encuestas y acceso a fuentes necesarias para la obtención de resultados confiables. • Fase Descriptiva: en esta fase se realiza el trabajo de campo, realizando un acercamiento con las fuentes primarias y secundarias, para posteriormente pasar sus resultados a formato digital, previamente diseñado por los investigadores. • Fase Interpretativa: de acuerdo con la metodología utilizada en esta investigación, se efectuará un análisis descriptivo unidimensional, buscando realizar síntesis de lo indagado. Además, se abordarán las conclusiones desde una perspectiva praxiológica, es decir, un proceso de síntesis entre la teoría y la práctica direccionada a la creación de proposiciones de valor que permitan un verdadero desarrollo de la economía naranja en esta localidad.
RESULTADOS Y DISCUSIÓN (Según el estado de desarrollo del proyecto / actividad, pueden ser resultados parciales o finales).	Dado que el proceso se encuentra en su fase inicial (preparatoria), no se tienen hallazgos concluyentes, aunque recurriendo a los postulados de la investigación cualitativa propuestos por Delgado y Gutiérrez (1995), Valles (1999), Strauss y Corbin (2002), Coffey y Atkinson (2003), en esta fase ya se ha realizado inmersión en el campo y se han obtenido e interpretado unos datos iniciales que dan pie a los siguientes hallazgos: • La mayoría de los habitantes del sector, propietarios de negocios y

participantes en las actividades económicas ven sus emprendimientos como pequeñas empresas de subsistencia y no articuladas a dinámicas que van más allá del barrio. No se ven a sí mismos como empresarios o parte de la cadena de la economía naranja u otro tipo de economía más grande.

- Las empresas y actividades económicas del sector están en su totalidad vinculadas al área de servicios, gastronomía, turismo y arte y su factor dinamizador son las Escalas Eléctricas y el Grafitti Tour. No se encuentra diversificación por fuera del recorrido del grafitti, lo que se convierte en una limitante y en una potencialidad de crecimiento, toda vez que en el barrio hay otros lugares que pueden ser aprovechados para la expansión comercial
- La actividad económica que no es de servicios es de carácter artesanal. Su fuente principal es la pintura, la elaboración de souvenirs, prendas de vestir, piezas musicales y producción de video, todo ello articulado a la historia del barrio, lo que se convierte en una potencialidad y un atractivo, debido a su singularidad y a la forma en la que se plasma la historia de violencia y el paso a la convivencia y la esperanza.
- Existe un proceso de asociatividad incipiente pero muy fuerte, que se encuentra dado por la historia misma de la comunidad, la necesidad de protección, cohesión social, el arraigo a la tierra, el amor por el barrio y el temor a repetir la historia, por lo que los comerciantes, habitantes del barrio y propietarios de negocios se ayudan los unos a los otros, se complementan en cadenas productivas y añaden valor a sus productos y servicios.
- En algunas empresas, sobre todo las de estampados, grabados, producción de piezas de arte y video se ve la inclusión de tecnología de punta que favorece el proceso productivo y el producto final, siendo una novedad para empresas que se encuentran ubicadas en sectores socialmente deprimidos y con historial de violencia. Esta es una diferencia entre las empresas de este sector y las de otros sectores de la ciudad con características similares.
- La actividad económica no sólo le ha dado vida al sector y una fuente de ingresos para los habitantes de la zona, sino que se ha constituido en una forma de sanar heridas, reconstruir el tejido social, crear sentido de pertenencia e identidad, generar procesos de asociatividad, por lo cual cada día se encuentran nuevas oportunidades de negocio, nuevas ideas para proyectos de carácter productivo y la mayoría de ellos jalonados por jóvenes, corporaciones y asociaciones culturales y organizaciones conformadas en su mayoría por población joven.
- Muchos profesionales del sector han preferido quedarse viviendo en la zona y generar en ella proyectos productivos que dan sentido a sus vidas y contribuyen con el desarrollo socioeconómico del sector, que se constituyen en propuestas innovadoras y generadoras de valor.

CONCLUSIONES (Según el estado de desarrollo del proyecto / actividad, pueden ser parciales o finales).

Las conclusiones parciales sobre la investigación se circunscriben a entender la economía naranja como un nuevo escenario donde la comunidad juega un papel importante con la generación de alternativas económicas supeditadas a la cooperación y el trabajo mancomunado de la comunidad; fomentando así la asociatividad entre los diferentes económicos (Consumidores, productores y estado).

	La economía creativa es un espacio donde se articulan de manera directa las gestiones del gobierno y las necesidades de crecimiento y desarrollo económico dado en el entorno local; mediante metodologías de investigación, acción participación (IAP), en aras de generar triadas entre gobierno, universidad y comunidad con el fin de generar políticas públicas de fomento.
DIFICULTADES PRESENTADAS DURANTE EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA	La dificultad básica radica en la imposibilidad de realizar la recolección de la información en el campo, dado que, debido a la contingencia por el COVID 19 no se pudo ir al sector y hacer observación de campo y la aplicación de entrevistas
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS (Use normas APA para tal fin)	• Banco Interamericano de Desarrollo. Economía Creativa en América Latina y el Caribe. (2018) • Benavente, J., & Grazzi, M. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo. • Buitrago, F., & Duque, I. (2013). La economía naranja: una oportunidad infinita. Washington, D.C.: BID. Obtenido de https://publications.iadb.org/handle/11319/3659 • Canaval, J. (2008). Manual de propiedad intelectual. Bogotá, Colombia: Editorial Universidad del Rosario • Coffey, A. & Atkinson, P. (2003). Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín: 249p • Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2016). Política Nacional de Desarrollo Productivo. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación. • Consejo privado de competitividad. (2007). A dónde queremos llegar. Vision 2032 y principales estrategias. Bogotá: CPC. • Delgado, J.M. & Gutiérrez, J. (1998). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. Síntesis. Madrid: 669p • Duque, I. (2015). Efecto Naranja. Bogotá: Planeta Colombiana. • Galeano, M. E. (2004). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. Editorial Universidad EAFIT. 82p. • Griliches, Z. (1979). Issues in Assessing the Contribution of Research and Development to Productivity Growth. The Bell Journal of Economics, 10(1):92-116. • Hall, R., & Jones, C. (1999). "Why Do Some Countries Produce so Much More Output per Worker than Others?" . The Quarterly Journal of Economics, 114(1):83-116. • Martínez, A. (2013). Desarrollo y definición Un Modelo de Gestión como paso previo para la innovación empresarial. 42 - 46. • Ministerio de Hacienda y Crédito Público (2007). Decreto 519 de 2007. Boletín Jurídico N° 07. https://repositorio.escuelaing.edu.co/bitstream/001/66/1/Incidencia%20del%20Cr%C3%A9dito%20de%20Consumo%20en%20el%20Crecimiento%20Econ%C3%B3mico%20y%20la%20Inflaci%C3%B3n.pdf • Oxford Economics. (2014). The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas." Informe elaborado por Oxford Economics para el British Council, el BID y la Organización de los Estados Americanos. Oxford: Oxford Economics Ltd. Obtenido de https://publications.iadb.org/handle/11319/7747 • Pascual, O. (2012). Manual para el Emprendimiento Sostenible . CSCP.

	• Quartesan, A., Romis, M., & Lanzafame, F. (2007). Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades. Washington, D.C.: BID. • Solidaria, P. d. (2011). Economía solidaria. Obtenido de Carta de los principios de la economía solidaria: http://www.economiasolidaria.org/ • Strauss, A. & Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín: 338p. • Torres, J. (2013). Introducción a las Políticas Públicas. Bogotá: IEMP. • UNESCO. (2013). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Obtenido de Informe sobre la economía creativa 2013 edición especial: Ampliar los cauces de desarrollo local: http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002305/230576s.pdf • Valles, M. (1999). Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional. síntesis sociológica. Madrid. 429p
PRODUCTOS ACADÉMICO – INVESTIGATIVOS REPORTADOS (Reportar el tipo de producto, el subtipo de producto y la evidencia, según tabla presente en anexo, a más tardar en el mes final de clases del presente semestre).	Al momento los productos que se tienen son: • Ponencia en el Encuentro de Semilleros de Investigación USTA 2019, Tunja • Ponencia elaborada para ser presentada en el Encuentro de Semilleros de Investigación USTA 2020, Villavicencio • Ponencia elaborada para ser presentada en el Encuentro de Semilleros de Investigación USTA 2020, Villavicencio • Ponencia elaborada para ser presentada en el ScienceTubers: II Congreso Internacional de #JóvenesInvestigadores

Este informe final se suscribe en la ciudad de Medellín, el día	17 de abril de 2020
--	---------------------

PROFESOR LÍDER DEL SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN	PROFESOR COLÍDER DEL SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN
NOMBRES Y APELLIDOS: Juan Guillermo Saldarriaga Ríos	NOMBRES Y APELLIDOS:

ESTUDIANTE LÍDER DEL SEMILLERO	DECANATURA DE FACULTAD
NOMBRES Y APELLIDOS: Jhon Wilson Restrepi Maya	NOMBRES Y APELLIDOS: Eduardo Nicolás Cueto Fuentes

**ANEXO.
ALGUNOS TIPOS DE PRODUCTOS ACADÉMICO – INVESTIGATIVOS SUGERIDOS EN EL ÁMBITO
DEL SEMILLERO**

TIPO DE PRODUCTO	SUBTIPOS DE PRODUCTOS	EVIDENCIA
GENERACIÓN DE NUEVO CONOCIMIENTO	Artículo científico publicado en revista indexada Capítulo en libro de investigación Libro de investigación	
APROPIACIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO	GENERACIÓN DE CONTENIDO: - Cartilla, guía, folletos o Manual - Boletín divulgativo. - Videotutorial. - Podcast. - Blog académico – científico - Página web académico – científica. - OVA o Módulos de OVA (Objetos virtuales de aprendizaje) - Documento de trabajo - Participación en programa de radio en temática de CTel. - Participación en programa de televisión en temática de CTel. - Artículo en revista de divulgación - Libro de divulgación PONENCIA EN EVENTO CIENTIFICO O ACADÉMICO Participación bajo la figura de ponente en evento científico. Se suele definir los eventos científicos como aquellos eventos que cuentan con un comité académico – científico que vela por la calidad de los trabajos presentados, de lo contrario es una ponencia en un evento académico. ESPACIO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN CTel Actividad desarrollada en compañía de personas agremiadas bajo la figura de comunidad externa a la USTA, que busca transferir el conocimiento científico con la finalidad de mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos. ESTRATEGIA PEDAGÓGICA EN CTel Por ejemplo, juegos creados por los autores, actividades que promueven la formación de capacidades científicas y de la metodología problematizadora, así como de la transferencia del conocimiento (p.e cátedras, clubes de ciencia, clubes de películas entre otros), con documento de sistematización que soporte la actividad. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN CTel Estrategia de comunicación en ciencia, tecnología e innovación diseñada para transferir el conocimiento a una comunidad en particular, y desarrollada desde el Semillero, debidamente sistematizada por los autores.	Ponencia en el Congreso ScienceTubers: II Congreso Internacional de #JóvenesInvestigadores
	Innovaciones generadas en el ámbito empresarial. Innovaciones en procedimientos y servicios.	

DESARROLLO TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN	Proyectos de Ley y Actos Legislativos. Propuesta de signo distintivo para sometimiento posterior a la SIC. Diseño industrial con documento de vigilancia tecnológica, para posterior sometimiento a la SIC. Prototipo Industrial con documento técnico.	
---	--	--





Sociedad Colombiana de Investigación e Innovación Formativa

LA SOCIEDAD COLOMBIANA DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN FORMATIVA – SCOIF
NIT 901206261 - 1

CERTIFICA QUE:

JUAN GUILLERMO SALDARRIAGA RÍOS, con filiación: *Universidad Santo Tomás*, participó como docente-tutor en el desarrollo de la siguiente estrategia de comunicación del conocimiento

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA:	ScienceTubers
FECHA DE INICIO:	Abril 27 de 2020
FECHA DE FINALIZACIÓN:	Mayo 22 de 2020
COMUNIDADES VINCULADAS:	116 Instituciones de Educación Superior
MEDIO DE CIRCULACIÓN:	Virtual y digital
PÁGINA WEB (URL):	http://sciencetubers.scoif.com https://www.youtube.com/c/scoif
FECHA DEL DESARROLLO:	Mayo 20, 21 y 22 de 2020

La presente se expide a los treinta (30) días del mes de mayo (05) del año dos mil veinte (2020).


EDUARDO DAZA OROZCO
Presidente

Código de verificación:
SCOIF-T-496



www.scoif.net
contacto@scoif.com



804 54 58 55