



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

**LA ECONOMÍA NARANJA COMO EJE ESTRATÉGICO PARA EL
SECTOR DEL TURISMO EN LA PARROQUIA MALVAS
PERTENECIENTE AL CANTÓN ZARUMA.**

**RAMON ARMIJOS GENNY LISBETH
LICENCIADA EN TURISMO**

**GOMEZ DIAZ JENNY MELANIE
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

**LA ECONOMÍA NARANJA COMO EJE ESTRATÉGICO PARA EL
SECTOR DEL TURISMO EN LA PARROQUIA MALVAS
PERTENECIENTE AL CANTÓN ZARUMA.**

**RAMON ARMIJOS GENNY LISBETH
LICENCIADA EN TURISMO**

**GOMEZ DIAZ JENNY MELANIE
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTOS INTEGRADORES

**LA ECONOMÍA NARANJA COMO EJE ESTRATÉGICO PARA
EL SECTOR DEL TURISMO EN LA PARROQUIA MALVAS
PERTENECIENTE AL CANTÓN ZARUMA.**

**RAMON ARMIJOS GENNY LISBETH
LICENCIADA EN TURISMO**

**GOMEZ DIAZ JENNY MELANIE
LICENCIADA EN TURISMO**

NOBLECILLA GRUNAUER MAURICIO SAMUEL

**MACHALA
2022**

LA ECONOMÍA NARANJA COMO EJE ESTRATÉGICO PARA EL SECTOR DEL TURISMO EN LA PARROQUIA MALVAS PERTENECIENTE AL CANTÓN ZARUMA.

Por Jenny Melanie Gómez Díaz y Genny Lisbeth Ramon Armijos

Fecha de entrega: 10-mar-2023 11:33p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2034259476

Nombre del archivo: PROYECTO_INTEGRADOR__Economia_Naranja-FN.docx (1.48M)

Total de palabras: 11451

Total de caracteres: 59961

Proyecto Integrador_ Economía Naranja 1

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

www.coursehero.com

Fuente de Internet

< 1 %

2

prezi.com

Fuente de Internet

< 1 %

3

Pablo Cardoso-Terán, William Herrera-Ríos, Carla Salas-Castillo. "Economía naranja a la ecuatoriana: pistas de lectura al Plan Ecuador Creativo", Comunicación, Cultura y Política, 2020

Publicación

< 1 %

4

Julio César Riascos, Luisa Fernanda Acosta, Manuel Iván Ortiz. "Economía naranja y la actividad artesanal en Colombia y Nariño: una breve revisión analítica", Tendencias, 2020

Publicación

< 1 %

5

issuu.com

Fuente de Internet

< 1 %

6

doaj.org

Fuente de Internet

< 1 %

7	es.slideshare.net Fuente de Internet	< 1 %
8	www.simas.org.ni Fuente de Internet	< 1 %
9	pesquisa.bvsalud.org Fuente de Internet	< 1 %
10	de.slideshare.net Fuente de Internet	< 1 %
11	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	< 1 %
12	www.donana.es Fuente de Internet	< 1 %
13	terrorifilo.blogspot.com Fuente de Internet	< 1 %
14	tr-ex.me Fuente de Internet	< 1 %
15	worldwidescience.org Fuente de Internet	< 1 %
16	www.archdaily.pe Fuente de Internet	< 1 %
17	www.dim.buenosaires.gov.ar Fuente de Internet	< 1 %
18	doczz.es Fuente de Internet	< 1 %

19	linkedpolitics.project.cwi.nl Fuente de Internet	< 1 %
20	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	< 1 %
21	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
22	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
23	virtualeduca.org Fuente de Internet	< 1 %
24	www.bcie.org Fuente de Internet	< 1 %
25	www.conanp.gob.mx Fuente de Internet	< 1 %
26	www.contactopyme.gob.mx Fuente de Internet	< 1 %
27	www.emb-costarica.cn Fuente de Internet	< 1 %
28	www.lasombradelosol-laluzdelaluna.com Fuente de Internet	< 1 %
29	www.rionegrotur.com.ar Fuente de Internet	< 1 %
30	www.talentodiverso.com.co Fuente de Internet	< 1 %

31 Leidy Indira Hinestroza Còrdoba. "Aplicación de tecnologías sostenibles para el desarrollo de alimentos nutritivos y saludables dirigidos a mejorar el estado nutricional de la población del departamento del Chocó (Colombia)", Universitat Politecnica de Valencia, 2021

Publicación

< 1 %

32 edomexico.wordpress.com

Fuente de Internet

< 1 %

33 es.scribd.com

Fuente de Internet

< 1 %

34 lareferencia.info

Fuente de Internet

< 1 %

35 nitter.grimneko.de

Fuente de Internet

< 1 %

36 orosucio.madryn.com

Fuente de Internet

< 1 %

37 www.anseronline.org

Fuente de Internet

< 1 %

38 www.caracasvirtual.com

Fuente de Internet

< 1 %

39 www.chinatoday.com.cn

Fuente de Internet

< 1 %

40 www.promer.org

Fuente de Internet

< 1 %

41

www.sectur.gob.mx

Fuente de Internet

< 1 %

42

blog.ciberactivo.com

Fuente de Internet

< 1 %

43

cn365.com.ar

Fuente de Internet

< 1 %

44

coello.ujaen.es

Fuente de Internet

< 1 %

45

dspace.utpl.edu.ec

Fuente de Internet

< 1 %

46

examplum.com

Fuente de Internet

< 1 %

47

moam.info

Fuente de Internet

< 1 %

48

oa.upm.es

Fuente de Internet

< 1 %

49

rabida.uhu.es

Fuente de Internet

< 1 %

50

rceni.com

Fuente de Internet

< 1 %

51

transportesynegocios.wordpress.com

Fuente de Internet

< 1 %

52	www.bizneo.com Fuente de Internet	< 1 %
53	www.canitec.org Fuente de Internet	< 1 %
54	www.circuitograncine.net Fuente de Internet	< 1 %
55	www.contraloriagen.gov.co Fuente de Internet	< 1 %
56	www.researchgate.net Fuente de Internet	< 1 %
57	www.uagro.mx Fuente de Internet	< 1 %
58	www.wipo.int Fuente de Internet	< 1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, RAMON ARMIJOS GENNY LISBETH y GOMEZ DIAZ JENNY MÉLANIE, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado LA ECONOMÍA NARANJA COMO EJE ESTRATÉGICO PARA EL SECTOR DEL TURISMO EN LA PARROQUIA MALVAS PERTENECIENTE AL CANTÓN ZARUMA., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



RAMON ARMIJOS GENNY LISBETH

0706142569



GOMEZ DIAZ JENNY MELANIE

0706813193

DEDICATORIA:

A Dios y Jesús que fueron los que me guiaron a escoger mi carrera y poder seguir a lo largo de mis días, además de brindarme su protección y mediante sus escritos bíblicos brindarme esperanzas, ser perseverante y constante para concluir mis metas.

A mis padres Hugo Gómez y Jenny Díaz que han sido mis pilares para seguir adelante, por su sacrificio y esfuerzo para poder forjarme como una profesional, además de creer en mis capacidades y brindarme siempre su amor y comprensión.

A mis hermanos Benjamin Flores, Paul Gómez y Jessit Flores que siempre estuvieron apoyándome y resolviendo mis dudas, acompañándome y contribuyendo para el logro de mis objetivos a lo largo de mi carrera.

A mis sobrinos entre ellos Valery Flores, Sebastián, Lucas, Camille que han sido pilar fundamental del amor que me han brindado, para seguir adelante y poder guiarlos a ellos.

Melanie Gómez

DEDICATORIA:

Dedicó este proyecto a las personas más importantes en mi vida, familia, amigos y personas especiales, que siempre han sabido estar brindándome su apoyo incondicional. Este nuevo logro es gran parte de ustedes; donde he podido concluir con éxito una meta más de mi lista. En memoria a mi tío/ padre Álvaro Alexander Armijos Heredia, que Dios me lo tiene en su Santa Gloria y ahora es un ángel en mi vida, sé que está muy orgulloso de este logro, seguro de donde está me bendice.

Genny Ramón

AGRADECIMIENTOS:

El principal agradecimiento es a Dios y a su hijo Jesús, por darme sabiduría y fortalezas para poder culminar el proyecto.

A mis padres que siempre me brindaron comprensión, esfuerzo, motivación y su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios y mi vida cotidiana.

A mis hermanos que, con sus palabras de aliento, consejos, confianza que depositaron en mi ayudaron a crear mujer profesional que siempre logrará todo lo que se proponga.

A mi mejor amiga Nicole Alfonso, que siempre creyó en mi y me motivó e incentivo a que siga adelante por más dificultades que haya en el camino, además de su comprensión y amor incondicional.

A mi cuñada Kerly Gallardo y mami Silvia, que han estado para brindarme siempre aliento y consejos para poder desarrollarme como una persona ejemplar y correcta.

A mis maestros que siempre fueron pacientes resolviendo mis dudas y estuvieron motivándome a seguir adelante para conseguir éxitos.

Melanie Gómez

AGRADECIMIENTOS:

Me faltaría páginas para poder agradecer a las personas que se han involucrado de una u otra manera en la realización de este proyecto, sin embargo, con esfuerzo y dedicación me supieron ayudar a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Agradezco a mis hermano y madre por sostener mi mano siempre.

Por último, agradecimiento a nuestro tutor de tesis quien estuvo guiándonos académicamente.

Genny Ramón

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo potencializar el turismo naranja a través de experiencias creativas en el proceso de producción de dulces en la finca de dulce Doña Cleme en la parroquia Malvas del Cantón Zaruma, se trabajó con una metodología cuantitativa, mediante las encuestas se analizó que los turistas están enfocados más en adquirir los dulces emblemáticos de la parroquia donde se pudo identificar la falta de conocimiento y difusión del atractivo, donde se tiene un valor agregado para los visitantes, además de ser un territorio muy rico en parte cultural y patrimonial por ende para el aprovechamiento turístico de la finca de Doña Cleme.

Palabras Claves: Economía naranja, eje estratégico, turismo sostenible, dulces tradicionales.

ABSTRACT

The present Project's objective is to increase the orange tourism through creative experiences on products production at Doña Cleme's candy farm at Malvas county in Zaruma. A quantitative study was worked out using surveys which results, that once analyzed, revealed that tourists are very focused on acquiring emblematic candies from the above mentioned county. The study indicated a lack of awareness and promotion of such a business opportunity. This missed opportunity is even greater because of the cultural and patrimonial attractiveness of this territory which is a plus for its visitors, so it would be an additional touristic business opportunity to capture by Doña Cleme's Farm.

Keywords: Orange economy, strategic axis, sustainable tourism, traditional sweets.

INDICE DE CONTENIDO

	pág.
DEDICATORIA:.....	1
AGRADECIMIENTOS	2
RESUMEN	3
ABSTRACT.....	3
CAPÍTULO 1.....	7
1.1. Introducción	7
1.2. Justificación	9
1.2.1. Formulación del problema	10
1.3. Objetivos.....	10
1.3.1. Objetivo general	10
1.3.2. Objetivos específicos	10
CAPÍTULO II	10
2.1. Bases teóricas	10
2.1.1. Marco histórico	10
2.1.2. Marco teórico	11
2.1.3. Marco conceptual	21
CAPITULO III.....	24
3.1 Metodología	24
3.2 Población y muestra.....	25
3.3 Diseño y aplicación de instrumentos	27
3.4 Interpretación de resultados	38
3.5 Análisis y discusión de resultados	39
CAPITULO IV	39
4. Propuesta.....	39
4.1. Propuesta integradora	42
4.2 Conclusiones y recomendaciones	49
Bibliografía	50

ANEXOS.....	59
-------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Identificación de Genero.....</i>	<i>28</i>
<i>Figura 2. Rango de Edades</i>	<i>28</i>
<i>Figura 3. Costumbre de visita</i>	<i>29</i>
<i>Figura 4. Motivos de visita</i>	<i>29</i>
<i>Figura 5. Conocimiento del emprendimiento.....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 6. Gustos y preferencia.....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 7. Gastos en dulces tradicionales.....</i>	<i>31</i>
<i>Figura 8. Grado de conocimiento</i>	<i>31</i>
<i>Figura 9. Actividades dinámico dentro de la finca Doña Cleme</i>	<i>32</i>
<i>Figura 10. Actividades recreativas.....</i>	<i>32</i>
<i>Figura 11. Turismo sostenible.....</i>	<i>33</i>
<i>Figura 12. Publicidad.....</i>	<i>33</i>
<i>Figura 13. La economía es un factor importante</i>	<i>34</i>
<i>Figura 14. Economía naranja un modelo productivo.....</i>	<i>34</i>
<i>Figura 15 Mejor calidad laboral.....</i>	<i>35</i>
<i>Figura 16. Desarrollo y crecimiento</i>	<i>36</i>
<i>Figura 17. Nueva tendencia turística.....</i>	<i>36</i>
<i>Figura 18. Innovaciones culturales</i>	<i>37</i>
<i>Figura 19. Aportaciones en la economía en la parroquia Malvas</i>	<i>37</i>
<i>Figura 20. Apoyo económico.....</i>	<i>38</i>

ÍNDICE DE IMAGENES

<i>Imagen 1: Entrada principal de la Finca Doña Cleme</i>	64
<i>Imagen 2 Pared de recuerdos</i>	65
<i>Imagen 3 Dulces tradicionales</i>	66
<i>Imagen 4 Café tradicional hecho en la finca Doña Cleme</i>	67
<i>Imagen 5 Proceso para realizar el mangar</i>	67
<i>Imagen 6 Embasamiento del mangar y dulces</i>	68
<i>Imagen 7 Variedad de producto cosechados</i>	68
<i>Imagen 8 Gran parte natural de la finca</i>	70
<i>Imagen 9 La Iglesia y parque de Malvas</i>	70

INDICE DE TABLAS

<i>TABLA 1. Cálculo de proyección población total</i> -----	26
<i>Tabla 2. Total, de población y muestra</i> -----	27
<i>TABLA 3. Modelo estratégico</i> -----	43

TABLA DE GRAFICO

<i>Gráfico 1. Políticas de la Economía</i>	47
<i>Gráfico 2. Actividades de la Economía Naranja por categorías</i>	48

CAPÍTULO 1

1.1. Introducción

El presente proyecto integrador tiene como objetivo fundamental determinar la potencialidad del turismo naranja en la parroquia Malvas, mediante un estudio sobre el desarrollo de productos artesanales, con el fin de que se genere atraktividad y sostenibilidad turística en el cantón Zaruma.

Esta ciudad atrae turistas para atraer visitantes donde podrán visualizar monumentos históricos y arquitectónicos, museos, mercados, fiestas famosas, así como diferentes exposiciones culturales y naturales, sin perjudicar la comodidad y protección del turismo tradicional. Se debe enfatizar el turismo cultural a nivel local, por lo que poder desarrollar la economía naranja como principal motor del turismo y por ende un fuerte desarrollo y crecimiento de la industria conducirá a un crecimiento a mediano y largo plazo.

La importancia histórica del Ecuador, la naturaleza y los atractivos culturales y la industria del turismo, que se considera una de las industrias más flexibles y desarrolladas del mundo, el turismo cultural se ha transformado en los nuevos tipos de turismo a nivel internacional debido a la diversidad de culturas que forman parte del Ecuador. La economía naranja, o turismo cultural, es un gran atrayente para los turistas de europeos y América del Norte, quienes están interesados en explorar no solo la belleza natural de Ecuador, sino también su historia, cultura y arte (Fuentes et al,2019).

La parroquia Malvas del cantón Zaruma tiene un gran potencial para desarrollar la economía naranja a través del turismo cultural, ya que tiene una rica historia y cultura que podría ser atractiva para los turistas que buscan experiencias únicas y auténticas.

El Ecuador cuenta con evidencias de desarrollo empresarial y procedimientos de desarrollo basados en la tecnología, la innovación y la cultura durante la última década, haciendo que este conjunto de ideas para la elaboración de bienes y servicios esté a la altura del desarrollo del mundo. La economía naranja es una herramienta que contribuye al progreso económico, establecida en las nuevas generaciones, estimulando un avance económico en sectores estratégicos (Gonzalez, 2020).

El propósito que se busca con nuestro proyecto es resaltar el potencial de la economía naranja en la generación de empleos, la unión social y la variedad cultural dentro de la parroquia Malvas. Además, de señalar la importancia en la propiedad intelectual en el establecimiento de nuevos mercados que se puedan crear en la finca de Doña Cleme.

De acuerdo con el informe transmitido por el Ministerio de Cultura, estos recursos se dividen en ocho categorías como la escritura, la música y la creatividad teatral no exclusivamente en las empresas, pero también en las pequeñas, medianas y grandes empresas; espectáculos de artes y oficios; imágenes plásticas y visuales; libros y artículos; sonidos, música; diseño y establece una cultura. Si bien la economía naranja no es muy utilizada y valorada por los inversionistas internacionales y extranjeros, mostrando ser una gran contribución al progreso que garantiza un crecimiento económico esperado pero estable (Lozano et al., 2018).

Se puede comprender que existe una conveniencia para impulsar la economía en diferentes espacios de la parroquia a través de la economía naranja por medio del conocimiento de la población y la aplicación de creatividad en la producción de dulces en la finca de dulce Doña Cleme, creando actividades innovadoras que cree una experiencia inolvidable haciendo que retornen contribuyendo al crecimiento económico de la zona a corto y mediano plazo.

“Cabe recalcar que la economía creativa, en el presente ha demostrado cifras importantes a nivel global como la economía que contribuye el progreso financiero” (Solórzano Zambrano, 2019).

Poco se sabe sobre el problema de la economía naranja. Es un método que también se puede utilizar en el turismo patrimonial, ya que trata de recopilar diferentes eventos en ocho categorías que se pueden clasificar en propiedad intelectual, objetivos, formas de organización y creación de riqueza ya que la forma y manejo son diferentes. En el campo de la cultura y la producción, cabe decir que los recursos y proyectos estatales de desarrollo dirigidos a aumentar la participación de la economía del país son aún bajos, por ello es necesario mejorar los mecanismos que aseguren el crecimiento y la distribución de los productos en aumentó.

1.2. Justificación

Según (Peña Ríos & Forero Garzón, 2018), manifiesta que mediante ha pasado los años la economía ha evolucionado tan muy rápido en diferentes sectores turísticos, la economía naranja es un factor importante para el turismo donde se refleja mediante diferentes áreas ya sea por artes, patrimonio, tanto como cultural, como natural.

El enfoque principal en conjunto de los demás objetivos propuestos, en si es dar a conocer sobre que trata de ofrecer la economía naranja y crear un servicio diferente y funcional en este caso para el aprovechamiento de que la producción de dulces en la finca de dulce Doña Cleme, que se enfoca en la experiencia creativa e innovadora, puede ser un ejemplo de cómo la economía naranja puede ser aplicada en el sector del turismo para potenciar el atractivo de una región.

Las empresas de turismo cultural están mejorando en el desempeño económico en el sentido de un beneficio desconocido gracias a la economía creativa. Por lo que buscar la reactivación de las empresas turísticas en el contexto emisor-receptor promocionando el cantón Malvas como producto para el disfrute del campo, cultura, naturaleza y la producción a mediana escala de dulces, queso, café, de manera artesanal. Los recursos y proyectos estatales de desarrollo deben ser dirigidos al aumento y la participación de la economía del país, por ende, en mejorar los mecanismos que afirmen un crecimiento y la distribución de los productos como por ejemplo la inyección de capital a bajas tasas de interés (Vargas Guzmán & Torres H, 2019)

La importancia del presente proyecto integrador radica en que a través de la iniciativa del país para fomentar la economía naranja se ha creado un ambiente dividido dentro del país; donde hay grupo de personas donde piensan que es una gran intención, sin embargo, hay personas que no piensan lo mismo ante este proyecto donde no creen que causará alguna alteración en la economía del país.

1.2.1. Formulación del problema

¿Cómo el diseño de una propuesta de estrategias de economía naranja incide en el desarrollo turístico de la finca de dulces de Doña Cleme en la parroquia Malvas, Zaruma?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Analizar la potencialidad del turismo naranja en la parroquia Malvas, a través de la generación de la experiencia creativa en el proceso del desarrollo de producto, con el fin de que se genere valor agregado para los visitantes.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar la situación actual de la finca de dulces de Doña Cleme que permita el desarrollo del turismo naranja en la parroquia Malvas, Zaruma.
- Recopilar información sobre la finca de dulces de Doña Cleme mediante encuestas para diagnosticar el grado de conocimiento y aceptación de la población Orense de los productos artesanales.
- Diseñar una propuesta de estrategias en el desarrollo de la economía naranja para el fomento turístico de los productos artesanales de la finca de dulces de Doña Cleme.

CAPÍTULO II

2.1. Bases teóricas

2.1.1. Marco histórico

A finales de 2016 en el Ecuador se aprobó la Ley de Cultura con el objetivo de fomentar la economía en el sector patrimonial la cual era una de las prioridades del país; sin embargo, esta iniciativa no dio los resultados esperados puesto que, se presentaron dificultades para dar respuesta a las necesidades del sector. Durante los primeros cuatro años de expedición de la ley antes mencionada se presentaron diversas situaciones como derechos de algunas sociedades y artistas. A estos sucesos se sumaron los problemas de inflexión del ciclo económico en

Ecuador, ocasionando que el sector cultural presente una ralentización en su dinamismo lo que conllevó a que el presupuesto del Ministerio de Cultura y Patrimonio reduzca en un 49% entre 2018 y 2019 (Cardoso et al., 2019).

Es importante considerar estos desafíos al planificar estrategias para incitar el turismo en la parroquia Malvas del cantón Zaruma a través de experiencias creativas e innovadoras en la finca de Doña Cleme. Considerando la necesidad de una estrategia integral que aborde los desafíos económicos y culturales que enfrenta el sector, creando oportunidades significativas en más lugares dentro de la parroquia, que incentiven a los pobladores a crear nuevas formas de servicios turísticos.

En la actualidad alrededor de todo el mundo se ha dado inicio al crecimiento de un nuevo movimiento económico que ha venido desarrollando desde inicios del siglo XX y que, en estos tiempos, gracias a las nuevas tecnologías, la innovación en las industrias y en el comercio, está tomando gran fuerza dentro de las economías en vía de desarrollo, e inclusive en economías desarrolladas. Nos referimos en este caso a la economía conocida como “Naranja” o “Economía Creativa” (Zanella et al., 2021).

En Ecuador, esta economía se ha vuelto cada vez más relevante y ha recibido atención en la política pública. Sin embargo, el sector cultural ecuatoriano ha enfrentado dificultades para aprovechar al máximo las oportunidades de conocimiento, planes de acción de la economía naranja. Además, el sector ha enfrentado una desaceleración debido a las dificultades económicas del país y la reducción del presupuesto del Ministerio de Cultura y Patrimonio. A pesar de estos desafíos, se han visto iniciativas creativas e innovadoras en varias industrias, incluyendo el turismo, lo que indica que la economía naranja tiene el potencial de impulsar el desarrollo económico y social en Ecuador.

2.1.2. Marco teórico

Economía Naranja

Cuando se habla de turismo naranja es necesario tener en cuenta que el turismo creativo es de gran importancia dentro de una economía naranja debido a que, este tipo de turismo permite combinar el conocimiento de manera estratégica con

actividades que hará que los turistas puedan tener la oportunidad de participar activamente en la creación de algún tipo de objeto, logrando así que viva una experiencia inigualable independientemente del lugar que desea visitar. La economía naranja, de acuerdo a su eje conceptual, se encarga de fortalecer la producción creativa y cultural desde diferentes perspectivas con el fin de contribuir a los productos nacionales y al reconocimiento de los talentos y habilidades de la población (Riascos et al., 2020).

La economía naranja busca fortalecer la producción creativa y cultural en diferentes niveles, lo que puede generar reconocimiento a nivel nacional e internacional de los talentos y habilidades de la población local. En el caso específico del proyecto, la producción creativa y cultural se concentra en la creación de dulces en la finca de Doña Cleme, lo que puede ser un ejemplo de cómo se puede utilizar el turismo creativo para potencializar un producto local y atraer más turistas a la región, como también las actividades que se propone implementar para hacerlo innovador y los turistas se incluyan en ellos.

“Este tipo de economía se puede considerar como un modelo productivo en el que los servicios y bienes comercializados contienen alto valor intelectual, lo cual se da por las ideas y el conocimiento que poseen sus creadores” (Garay, 2018).

Los productos y servicios ofrecidos dentro de la economía naranja no sólo tienen un valor material, sino que también poseen un valor simbólico y cultural, ya que reflejan el talento y la creatividad de quienes los han creado. Además, al tener un alto valor intelectual, los bienes y servicios de la economía naranja pueden ser más difíciles de imitar, lo que puede generar un mayor valor agregado y un mayor margen de ganancias para sus creadores.

Esto significa que los productos creativos que se desarrollan en la finca de Doña Cleme pueden tener un alto valor intelectual, ya que su creación requiere de habilidades, conocimientos y técnicas específicas que no cualquier persona puede replicar. Por lo tanto, se puede considerar que estos productos tienen un mayor valor agregado y pueden ser una fuente de ingresos significativa.

Desde otro punto de vista, se puede determinar que la economía naranja se refiere a aquellas actividades que influyen en la economía de un país y que se encuentran en relación con la ciencia, la cultura, la tecnología, el arte, y demás

actividades en las que su principal característica sea la creatividad. Por esta razón también se la conoce como economía creativa (Jiménez et al., 2017).

En muchos casos, la economía naranja se refiere a actividades que no se consideran tradicionalmente como parte de la economía, como la industria creativa, el diseño, la moda, la gastronomía, entre otros. Sin embargo, estas actividades pueden tener un gran impacto en la economía de un país o región, ya que generan empleo, atraen turismo y fomentan la innovación.

En este caso se enfoca en la producción creativa de dulces en la finca de Doña Cleme, lo que se puede considerar como una actividad relacionada con la gastronomía y el turismo. Al potencializar esta actividad mediante el turismo creativo, se puede impulsar la economía local y regional y fomentar la innovación y el desarrollo en el sector turístico.

Pese a que el nombramiento de economía naranja surge por la relación existente de manera tradicional, entre la creatividad y el color naranja y se encontraba enfocado inicialmente en la cultura y el arte, pero con el pasar de los años y debido a la globalización y la influencia que tiene actualmente la tecnología en todos los ámbitos, se incluyeron continuamente nuevos sectores como la programación, la robótica y las telecomunicaciones, entre otros (Cardoso et al., 2021). “Siempre teniendo como requisito que las ideas sean capaces de ser transformados en algún servicio o bien que se pueda ofrecer a un determinado cliente o clientela” (Hernández J. , 2019).

La creatividad y la innovación son aspectos importantes de la economía naranja, y que esta pueda aplicarse a un amplio rango de sectores, incluyendo el turismo. Además, es importante que las ideas generadas en la economía naranja sean capaces de convertirse en servicios o productos que puedan satisfacer las necesidades de los clientes, en todo aspecto y a cualquier tipo de cliente creando un ambiente inclusivo y mejorado que aporte a que puedan ser comercializadas con éxito, desarrollando un entorno favorable para cualquiera que visite el sitio.

“Según la UNESCO esta economía es representada de aproximadamente el tres por ciento del producto interno bruto mundial, y genera empleo para una cantidad mayor de treinta millones de seres humanos alrededor de todo el mundo” (Sosa et al., 2020). “Además, la economía naranja se basa en la innovación constante, productos únicos que no son

producidos por volumen, o la utilización de materiales y herramientas tecnológicas y digitales en todos sus procesos” (Barraza, 2020).

Se debe tener en cuenta la importancia de producir productos únicos y de alta calidad, en lugar de centrarse en la producción en masa. Esto puede ser relevante creando experiencias turísticas únicas y personalizadas en la finca de Doña Cleme, en lugar de simplemente ofrecer productos de dulces en grandes cantidades, para tener variedad de oportunidades y poder desarrollarlas como mejor convengan, ofertando así no solo las degustaciones, sino también conocimiento del proceso de las actividades que se hacen en la finca.

Al utilizar maquinarias de automatización en los procesos de las industrias, que anteriormente eran ejecutados por las personas, se contribuye a impulsar una economía que se incline mayormente por la imaginación, el talento, la cultura, etc. Cuyas características se encuentran solamente en ellos seres humanos. Por esta razón, la economía naranja se puede considerar como un sector en constante crecimiento y generador de riquezas futuras para las diferentes naciones (Baena Paz, 2015).

Por ello, muchos países están centrándose en una economía naranja para brindar un mejor servicio turístico; sin embargo, para ello es necesario aplicar un modelo que se encuentre adaptada a una experiencia creativa.

La Economía Naranja ha sido objeto de especial atención, ya que revela áreas donde se conservan altos niveles de creatividad e innovación en los productos finales, ya sean digitales o manuales, con el objetivo de crear espacio para las invenciones que crean nuevos puestos de trabajo, información, conocimiento y varias aplicaciones (Riascos et al., 2020).

La economía naranja presenta un funcionamiento relacionado con el sistema productivo el cual resulta ser un modelo complejo, ya que la creación cultural no solo representa espacios de producción, sino que incorpora la simbología de las comunidades y sus territorios, así como los espacios de interacción de dichas comunidades (Hernández & Vásquez , 2020).

Se enfatiza la importancia de la creatividad y la innovación en la Economía Naranja, y cómo estos elementos pueden generar impactos económicos y sociales positivos, como la creación de empleos y la generación de conocimiento. Además, la cita destaca que la Economía Naranja no se limita a los productos en sí mismos, sino que también tiene en cuenta el contexto cultural y social en el que se producen estos productos, lo que podría ser relevante para su tesis en términos de la creación de experiencias turísticas que integren la cultura y la identidad local de la comunidad de Malvas.

Este tipo de economía pretende ser una estructura integradora en la creatividad, emprendimiento y en la cultura; una serie de acciones relacionadas donde vinculan opiniones con un objetivo cultural, obteniendo un valor significativo (Molina et al., 2018).

La economía naranja es una estructura integradora que busca vincular la creatividad, la innovación, el emprendimiento y la cultura para transformar ideas en bienes y servicios culturales. En este caso, se busca potencializar con este proyecto el turismo en la parroquia Malvas a través de experiencias creativas e innovadoras en el proceso de creación de dulces en la finca de Doña Cleme. Esto implica la integración de la creatividad y la cultura local en el sector turístico para ofrecer un producto turístico único y diferenciado.

Se destaca que el valor de los bienes y servicios culturales dependerá de su contenido de propiedad intelectual. Quiere decir sobre la importancia de proteger la propiedad intelectual de los procesos creativos e innovadores que se desarrollen en la finca de Doña Cleme y en la parroquia Malvas en general, para garantizar que el valor económico generado por el turismo se quede en la comunidad y no sea explotado por terceros.

Según (Gómez et al., 2019) En este tipo de economía se unen distintas áreas en las cuales la creatividad es fundamental para el avance, como la tecnología, el software y la moda, lo cual demuestra su capacidad de ser versátil para la creación de nuevas áreas de trabajo. Pero la competitividad en este sector se transforma continuamente en un desafío, ya que se requieren ciertas exigencias para que las organizaciones puedan ser competitivas.

La economía naranja en el sector turístico en un contexto globalizado y competitivo. Al ofrecer productos culturales únicos y valiosos, la economía naranja se convierte en un

recurso estratégico para los países y organizaciones internacionales en busca de ventajas competitivas.

Esta no se limita a un solo sector o industria, sino que abarca diversas áreas como la tecnología, el software y la moda. Además, se resalta que la competitividad en este sector es un desafío constante y que las organizaciones deben cumplir con ciertas exigencias para mantenerse competitivas. la competitividad en este sector es un desafío continuo, lo que sugiere que para que la economía naranja tenga éxito en el sector turístico de Malvas, se deben abordar y superar los desafíos competitivos específicos de la región.

En resumen, esta economía es muy importante en el sector turístico, tanto como una fuente de valor cultural y creatividad, como una oportunidad para generar nuevos empleos sostenibles y mejorar la competitividad en el mercado. Sin embargo, para aprovechar plenamente los beneficios de la economía naranja en el sector turístico de Malvas, se deben abordar los desafíos competitivos específicos de la región.

Existen diferentes conceptos en torno a la economía naranja, lo que evidencia la gran flexibilidad de este tipo de economía, además de la alta maleabilidad de la política relacionado con esta. El impacto que genera esta economía necesita de nuevos tipos de indicadores que vayan más allá de la cantidad de propiedades o bienes culturales e intelectuales (Olave , 2019).

Turismo Naranja

El turismo en algunas regiones es un auténtico propulsor mundial, ya que tiene múltiples aportes relacionados con el empleo e inversión en el desarrollo de sus actividades. Esta actividad se considera un mayor potencial debido al aumento del tiempo libre, el abaratamiento del transporte, la creciente segmentación de la oferta turística, las mejoras en las tecnologías de la comunicación y la proliferación de productos (Parra, 2021).

El turismo puede tener un impacto bueno en el origen de nuevos empleos y con la inversión en el desarrollo de actividades turísticas. Además, los factores que impulsan el turismo, como la tecnología de la comunicación y la proliferación de productos, demuestra la relevancia de la innovación y la creatividad en el sector turístico.

Parte del desarrollo socioeconómico de un destino toma al turismo como un elemento dinamizador que incide en diferentes áreas de desarrollo, ya sea económico, social, ambiental, cultural, etc. Es una actividad relacionada con el movimiento de personas que son atraídas por deseos, necesidades y motivaciones para migrar a destinos distintos a su lugar de origen (Moreno et al., 2018).

El turismo se considera importante ya que crea actividades que puede influir en diferentes áreas de desarrollo socioeconómico de un destino, incluyendo la economía, la sociedad, el medio ambiente y la cultura. En este sentido, se puede inferir que el desarrollo de la economía naranja puede tener un impacto significativo en la mejora del turismo en la parroquia Malvas del cantón Zaruma, no solo a nivel económico, sino también en términos de impacto social y cultural.

“El turismo es un sector que propone diversos segmentos de mercado que se generan dinámicamente a partir de motivaciones para mover turistas, propuestas de operadores residentes y propuestas relacionadas con el entorno físico en el que se encuentran los turistas” (Riveros, 2020).

Es así como se origina este proyecto en base a nuevas propuestas, creaciones e innovaciones que deberían realizarse en el sector turístico, dado que como es muy competitivo cada día se debe innovar cosas nuevas que atrapen al turista y le permitan tener nuevas sensaciones y se promueva el conocer de cada lugar que visitan.

El turismo trata de aprovechar el intercambio de experiencias positivas entre residentes y turistas, el trato debe ser justo, el rendimiento debe ser repartido con la población y turistas podrán intervenir en experiencia inolvidable. Los visitantes conviven con la naturaleza, la cultura y generan un valor añadido crítico para el éxito de las futuras categorías (Saucedo, 2020).

La cultura se aprende y se transmite mediante el desarrollo de la sociabilización, por lo tanto, si en la parroquia se crean nuevas creaciones que cautiven al turista a esforzarse y aprender, se ha conseguido el objetivo de esta, haciéndola demandante y mejorando cada vez más para cubrir las necesidades que surgen como recomendaciones de los mismos, creando un vínculo con la población y los turistas compartiendo lenguas, conocimientos, etc.

El turismo alternativo se divide en diferentes modalidades como es: ecoturismo, turismo deportivo y de aventura, y turismo rural. Cada uno tiene sus propios conceptos, características y actividades, y los principios de sustentabilidad se pueden aplicar para beneficiar no solo a las comunidades en las que se ubican, sino también a los turistas que eligen estas formas de viajar (Barros Pinto, 2021).

El turismo naranja también se lo conoce como turismo creativo, se centra en promover la participación de los viajeros en ciertas actividades que se encuentran netamente relacionadas con la creatividad y el arte, con el principal propósito de aprender y descubrir totalmente el lugar que se está visitando (Pastrá et al., 2021).

Una de las virtudes en este turismo es que sea asequible para cualquier tipo de público, además de que se pueden ofertar gran cantidad de temáticas, generando un turismo de alta calidad y capaz de optimizar los recursos que ofrece el destino turístico que se va a visitar (Gambarota et al., 2022).

Se puede deducir que esta modalidad de economía ayuda a diferenciar en el enriquecimiento en la demanda turística de la parroquia Malvas, lo que podría generar una mayor atracción de turistas y una estancia más prolongada, lo que a su vez tendría un impacto positivo en la economía local. Además, la accesibilidad que ofrece este tipo de turismo es importante porque podría ayudar a garantizar que diferentes grupos de turistas tengan la conformidad de apreciar la cultura y la historia de la parroquia Malvas, independientemente de su presupuesto o sus preferencias personales.

En si refuerza la idea de que la economía naranja puede ser un eje estratégico importante para el desarrollo turístico sostenible en la parroquia Malvas del cantón Zaruma, al ofrecer ventajas significativas en términos de accesibilidad, variedad temática y optimización de los recursos turísticos. Esto sugiere que la implementación de estrategias de economía naranja en el sector turístico de la parroquia Malvas podría tener un impacto positivo en la economía local y en la calidad de vida de sus habitantes.

Por otra parte, Muñoz Aguilar (2020) menciona que se genera interés por la cultura de los diferentes países, y que, las personas creativas sienten atracción por este tipo de turismo, por lo que se les puede ofrecer una experiencia que se

adapte a sus necesidades de valorar y apreciar a la cultura, que al mismo tiempo genera vínculos positivos entre las diversas culturas existentes en todo el mundo.

En el sector turístico de la parroquia, esta nueva modalidad podría ser una herramienta valiosa para promover y valorar su patrimonio cultural e histórico y fomentar la apreciación y el respeto por la diversidad cultural.

El turismo naranja, al tener como característica ser ilimitado y diversificable, no tiene la obligación de que transcurra en cierta época precisamente, Si no que es un recurso que puede ser utilizado para combatir el turismo que se presenta en masas en ciertas estaciones, convirtiéndose en un tipo de turismo con alto nivel de disponibilidad, que se puede realizar en cualquier momento y etapa (Korstanje, 2015).

Se puede ofrecer en cualquier momento y en cualquier época del año lo que va tratando de la economía naranja, lo que podría ser una estrategia efectiva para combatir el turismo masivo que a menudo se presenta en ciertas estaciones. En este caso en nuestro sitio objetivo esta la degustación de dulces de Doña Cleme que está disponible, todos los días fomentando así el no esperar para poder catar estos dulces caseros y creando así un ambiente estable y menos caótico al momento de adquirirlos.

De igual manera, tampoco es necesario que, al realizar un turismo de este tipo, todo se encuentre relacionado con el arte y la creatividad, es decir que puede relacionarse y adaptarse a cualquier tipo de paquete turístico con el fin de ofrecer variedad y atraer a diferentes tipos de turistas (Molina, 2016)

“Es importante que para que se pueda desarrollar este tipo de turismo, se replanteen estrategias y políticas que permitan cumplir con los propósitos de conservar, valorar, salvaguardar y activar las industrias culturales” (Mazarrasa, 2016). Esto implica que el éxito del turismo naranja del sector turístico de Malvas dependerá del aforo de la comunidad y las autoridades locales para diseñar e implementar políticas que fomenten la protección y promoción de la identidad del patrimonial del sitio.

De esta manera “se deben planificar políticas que permitan la elaboración de productos turísticos competitivos, de calidad, inclusivos y productores de desarrollo económico, cultural y social” (Tresserras, 2015) Por lo tanto la implementación del turismo naranja

en el sector turístico de la parroquia Malvas debe estar orientada a la generación de productos turísticos que sean atractivos, inclusivos y que tengan un beneficio equitativo entre la comunidad local.

Por consiguiente, se debe planificar y diseñar políticas y estrategias efectivas para la ejecución de economía naranja del sector turístico en Malvas. Esto implica la necesidad de enfocarse en la preservación y difusión de lo cultural, artístico de la región, así como en la oxigenación de productos turísticos competitivos y de alta calidad que generen un desarrollo económico, cultural, social, sostenible y equitativo para la población local.

“En cuanto a los diferentes nichos relacionados con este tipo de turismo que se pueden identificar son los vinculados al turismo artístico, patrimonial y a las industrias de las artes y la cultura como el turismo artesanal, idiomático, gastronómico, literario, etc.” (Rodríguez et al., 2021).

La economía naranja y el sector turístico en la parroquia Malvas permite identificar una amplia gama de oportunidades para el desarrollo económico y turístico en la zona. Se puede analizar cada uno de estos nichos y ver cómo se pueden aprovechar las industrias creativas y culturales para fomentar el turismo y atraer a visitantes interesados en experiencias culturales únicas.

Se puede investigar y analizar la artesanía local y cómo se puede promover a través del turismo artesanal. Además, explorar la gastronomía local y cómo se puede convertir en un atractivo para los visitantes a través del turismo gastronómico que en este caso si se relaciona con los dulces de la finca que degustan los turistas, que ya son el mayor atractivo de la zona. También con esto podemos examinar el patrimonio cultural de la parroquia Malvas y cómo se puede utilizar para atraer a los turistas interesados en la historia y la cultura local.

Eje estratégico de la economía naranja en el turismo

Un eje fundamental del turismo creativo es la red, que incluye a todas las partes implicadas en proporcionar un entorno de experiencia, desdibujando las fronteras entre turismo, arte, cultura y ocio. En este sentido, el uso de tecnologías

web puede facilitar la adaptación cultural y una mayor sinergia de la creatividad individual y colectiva de la comunidad. Quizás sea el momento de superar las visiones dualistas de oferta y demanda, empresas y clientes, espacios turísticos y no turísticos, y dar paso a un enfoque integrado de los sistemas turísticos en el que cada elemento pueda asumir múltiples roles (Mansilla, 2021)

La tecnología puede originar una colaboración y cooperación estrecha entre diferentes actores en la creación de un entorno de experiencia turística y cultural. Esto puede ser entre empresas locales, artistas, artesanos, comunidades y otros actores relevantes que estén interesados en las nuevas propuestas innovadoras de la parroquia y verlo como potencial para incluirse y desarrollar un turismo, economía estable del lugar.

“El ecoturismo y la calidad de los servicios vuelven al turismo como base de la empleabilidad; pero también apuntan a optimizar los recursos naturales y humanos con una rica biodiversidad y cultura; una apuesta que se ha desarrollado con éxito” (Rico Ramirez & Gomez Caipa, 2021)

Lo que es la calidad de los servicios en el turismo es muy importante para crear una fiabilidad con los turistas, por lo que se debe que debe considerad en la medida en que las experiencias creativas en el proceso de producción de dulces en la finca de dulce Doña Cleme estar diseñadas y ejecutadas de manera que satisfagan las expectativas de los turistas y promuevan la calidad de los servicios ofrecidos.

El turismo naranja se enfoca en experiencias creativas en el proceso de producción de dulces, lo cual puede involucrar actividades que promuevan el cuidado del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales de la región. De esta manera, el turismo naranja puede contribuir a la creación de empleo en la parroquia Malvas al mismo tiempo que optimiza los recursos naturales y humanos de la región que es lo que se quiere lograr con este proyecto además de promover y preservar la cultura y tradición local, al mismo tiempo que se pueda aprovechar los recursos naturales de la región.

2.1.3. Marco conceptual

Turismo

El turismo fundamentalmente se alimenta de las tendencias y los hábitos de la sociedad que ofrecen nuevas oportunidades de comercialización de una gran

variedad de productos turísticos los cuales deben de satisfacer las necesidades de los turistas, generando un círculo que permita a los turistas regresar al lugar donde recibieron nuevas experiencias (Perojil Burgos, 2018)

Es necesario conocer las demandas y preferencias de los turistas interesados en experiencias creativas en el proceso de producción de dulces en la finca de dulce Doña Cleme, para ofrecer productos turísticos que satisfagan sus expectativas. En este proyecto se utilizaron encuestas para conocer qué actividades atraerían a visitar la finca, además de lo que ya disponen que son los dulces, crear nuevas motivaciones para no hacer monótono la visita a la parroquia.

Además de que conoce que el éxito en el turismo también depende de la optimización de los recursos naturales y humanos con una rica biodiversidad y cultura, como se menciona en la cita original, lo que puede ser relevante para la parroquia Malvas si busca desarrollar un turismo naranja sostenible y respetuoso con el medio ambiente y la cultura local.

Al promover y vender estas experiencias, se podría generar un círculo virtuoso de turismo repetido y crecimiento económico. En este sentido, el turismo se convierte en un componente clave de esta nueva modalidad de la economía, que se remite a las actividades económicas que se crea en base de la creatividad, cultura y la propiedad intelectual.

Se puede definir a el turismo como un sistema integral que encierra una secuencia de productos relacionados entre sí, entre los cuales están los turistas, los ofertantes de servicios y productos turísticos, y la interrelación entre el lugar de partida y de llegada, pasando por todo lo relacionado al tránsito turístico, es decir, lo que hace posible la movilización de los turistas hacia las diferentes partes del mundo (Montserrat, 2018)

En la actualidad se considera que el turismo es una actividad que ayuda al desarrollo de los países y a la creación de oportunidades de distintos negocios que permiten a los diferentes pobladores tener opciones de trabajo, ingresos económicos y obtener puestos de trabajos en los distintos establecimientos que ofrecen servicios o productos relacionados con el turismo (Condor, 2018)

Turismo Naranja

“El turismo naranja o creativo es un turismo sostenible que puede generar nuevas oportunidades para actividades centradas en la creatividad, que combinan derechos de propiedad intelectual y cadenas productivas complejas que van desde la artesanía tradicional hasta las industrias culturales” (Quintanilla de Velásquez & Umaña, 2021)

Este tipo de turismo tiene actualmente una propuesta distinta y destinada a potencializar experiencias reivindicando lo cultural, medioambiental y artístico, al mismo tiempo que los turistas y los ofertantes son capaces de interactuar con los diferentes ecosistemas (Betancur et al., 2022)

Atractivo turístico

“Las atracciones turísticas son elementos que funcionan como la base del desarrollo turístico en un área en particular, y estas pueden influir en las decisiones de alojamiento de los turistas desde su ubicación habitual hacia un lugar específico” (Carvaja & Lemoine Quintero, 2018)

Cultura

La cultura hace referencia a el comportamiento ya sea explícito o implícito que adquieren y se transmiten de generación en generación mediante símbolos, lo cual conforma el patrimonio que diferencia los grupos humanos. El centro de una cultura son las tradiciones y los valores incluidos en ellas (García & Sánchez, 2021)

La cultura ha estado relacionada con el turismo desde sus inicios, ya que el componente cultural ha sido fundamental desde el siglo XVI donde podemos citar como ejemplo a el Grand Tour que realizaban los ingleses al culminar sus estudios, además ya desde la década de los 60 se tomaba conciencia en el continente europeo del patrimonio como fuente de conocimiento y disfrute (Calderón et al., 2018)

Ruta turística

El sector turístico es una de las principales fuentes de ingresos gracias al tránsito de personas nacionales e internacionales que desean vivir experiencias nuevas en lugares que no conocen, por lo cual es importante saber el camino que deben

recorrer dichas personas. Una ruta turística es una secuencia de recorridos que se forman combinando paisajes, comidas, cultura, y tradiciones de un lugar determinado, la cual además tiene un inicio y un final (Quijano et al., 2020)

CAPITULO III

3.1 Metodología

“El método de la investigación va a permitir describir detalladamente la manera en que se va ejecutando los procesos investigativos” (Gomez, 2006). Además, "explica las propiedades de los métodos que han sido utilizados y la verificación de los resultados obtenidos, en los que se incluye la información necesaria para poder comprender y mostrar la capacidad de replicación de los resultados investigativos” (Abreu, 2014).

El método de investigación es crucial para establecer lo que queremos lograr con los objetivos propuestos, donde se deberá tener información clara y sistemática, documentar el proceso de investigación en este caso por medio de fotos y encuestas que ayudarán al proceso y establecer la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.

“Para esta investigación se aplicará el tipo de investigación cuantitativa, lo cual al realizarla va a permitir intervenir de manera adecuada en la temática a tratar, cumpliendo con los objetivos planteados en la presente investigación” (Mejia, 2005). “Esta técnica tiene un amplio uso, ya que se puede utilizar en cualquier rama científica” (Cárdenas, 2018). En base a lo que se necesita que es saber sobre la población de Malvas, se deberá crear una fórmula que agilite el proceso de estudio de la población para poder crear una investigación específica que aporte al proyecto obtener un resultado eficaz y congruente en el desarrollo de qué es lo que se quiere hacer, a quienes y como se hará.

Para la primera parte de este proyecto, se ha realizado un diseño documental, la cual se realizará mediante la revisión bibliográfica de documentos obtenidos de diferentes fuentes confiables, las cuales van a permitir poder comprender y obtener mayor conocimiento sobre la temática a tratar (Rojas Crotte, 2011).

El diseño documental es dependiente principalmente de los documentos utilizados para la recolección de la información, la cual va a ser obtenida mediante cualquier tipo de documentos como artículos, libros, medios

electrónicos, etc. Que se obtienen de fuentes confiables como Scielo, Google académico, Elsevier, etc. Para posterior mente, realizar un análisis y síntesis de la información recopilada que se plasma en el documento, con el propósito de contribuir al conocimiento sobre esta temática (Martinez, 2009).

Es importante destacar que la calidad de los documentos utilizados en el diseño documental puede tener un impacto significativo en la calidad de los resultados obtenidos en la investigación. Por lo tanto, es fundamental asegurarse de que los documentos utilizados sean de fuentes confiables y relevantes para la temática en cuestión.

Para el segundo apartado de este proyecto se aplicará la técnica de encuestas, la cual se va a desarrollar con 20 preguntas cerradas objetivas que van a estar destinadas a una determinada cantidad de los pobladores de la parroquia, permitiendo comprender los comportamientos, situaciones y circunstancias en las que se encuentra la sociedad, y cómo poder desarrollar una estrategia válida para resolver la problemática de estudio, cumpliendo así con los objetivos que se han planteado (Anguita et al., 2005).

3.2 Población y muestra

Para poder llevar a cabo el presente proyecto, es necesario que se determine la población y muestra a la que va a estar dirigido esta investigación, y que va a permitir cumplir adecuadamente con los objetivos planteados al inicio del proyecto (Carillo, 2015).

Para poder definir al número de participantes de este proyecto, es necesario la aplicación de fórmulas matemáticas que permitan calcular de forma precisa, el número exacto de habitantes a los que se aplicará el presente estudio, lo cual es esencial para la realización de la encuesta, el proceso y el análisis de los datos obtenidos (Robles, 2019).

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010), “la parroquia Malvas del cantón Zaruma, cuenta con una población de 640 hombres y 545 mujeres, lo cual da un total de 1185 habitantes dentro de la parroquia”.

TABLA 1. Cálculo de proyección población total

CÁLCULOS DE PROYECCIÓN			AÑO 2023	
Proyección	población	Total	Pp: N*(1+tc)	1284
(FÓRMULA)		\hat{t}		
	N: Población 2010		1185	
	tc: tasa de crecimiento poblacional		0,0073	
	t: tiempo		11	11
Fuente: Elaboración propia				

Muestra

En la parroquia Malvas existe una población total de 1185 habitantes, de los cuales se tomará como muestra a dos ciento noventa y cinco personas para la realización de la encuesta pertinente y el análisis de los datos recopilados. A continuación, se presenta una tabla relacional entre población y muestra.

$$n = \frac{N z^2 pq}{d^2 (N-1) + (Z)^2 pq}$$

$$n = \frac{1284 (1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,05)^2 (1284-1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{1284 (3,84) (0,5) (0,5)}{(0,0025) (1283) + (3,84) (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{1284 (3,84) (0,25)}{3,21 + (3,84) (0,25)}$$

$$n = \frac{1284 (0,96)}{3,21 + 0,96}$$

$$n = \frac{1284 * 0,96}{3,21 + 0,96}$$

$$n = \frac{1232,64}{4,17}$$

$$n = 295$$

Tabla 2. Total, de población y muestra

Parroquia	Población	Porcentaje	Muestra
Malvas	1284	100	295

Fuente: Elaboración propia

3.3 Diseño y aplicación de instrumentos

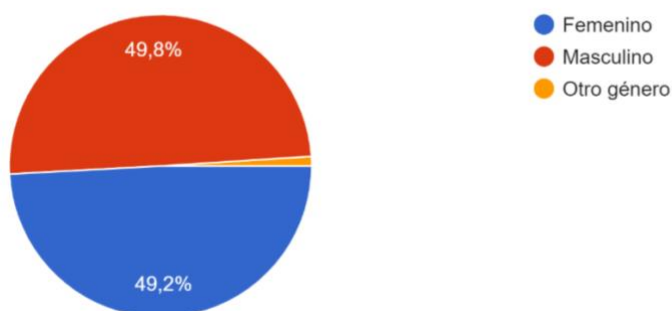
En esta indagación se aplican dos tipos de técnicas que ayudarán al desarrollo adecuado del proyecto investigativo.

La primera técnica a utilizar será la revisión bibliográfica, que permitirá estudiar las teorías necesarias para la comprensión del tema del proyecto. La segunda técnica es son las fuentes bibliográficas donde se recogerán de forma óptima de la web para la aplicación de esta técnica con el fin de agilizar la búsqueda y recoger la mayor suma de averiguación posible.

Sobre la segunda técnica que se utiliza, va a ser la aplicación de una encuesta, aplicada a la cantidad de personas determinadas en el cálculo muestral. Se realizarás 20 preguntas objetivas a cada persona seleccionada, para posteriormente analizar los datos recopilados.

1. *¿Con que genero se identifica?*

Figura 1. Identificación de Genero

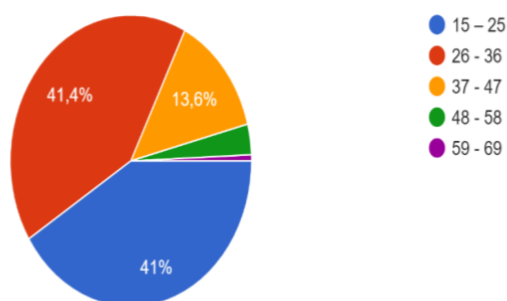


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Entre las 295 personas encuestadas se determinó que el 49,8% pertenece al género masculino, el 49,2% al género femenino, mientras que el 1% restante pertenece a otro género.

2. ¿Cuál es el rango de edad en la que se posiciona?

Figura 2. Rango de Edades



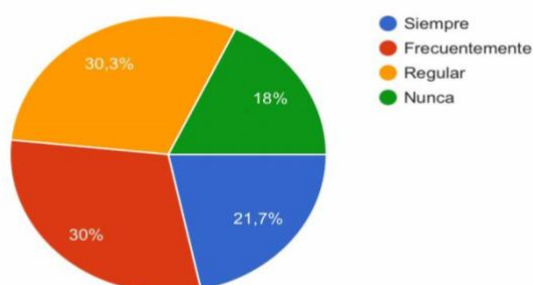
Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Mediante esta técnica utilizada se pudo identificar que entre los encuestados la edad varía entre 15 y 25 años con un 41%, entre las edades 26 y 36 años un 41,4%, entre las edades de 37 y 47 años un 13,6%, entre las edades de 48 y 58 años un 3,4% y por último entre

las edades de 59 y 69 años un 0,7%. Mediante el resultado previsto se pudo determinar la variación de edades y por consiguiente confirmar como se desarrollará el proyecto acoplado y satisfaciendo a todo tipo de personas de las diferentes edades.

3. *¿Con qué frecuencia ha visitado la Parroquia Malvas, Cantón Zaruma?*

Figura 3. Costumbre de visita

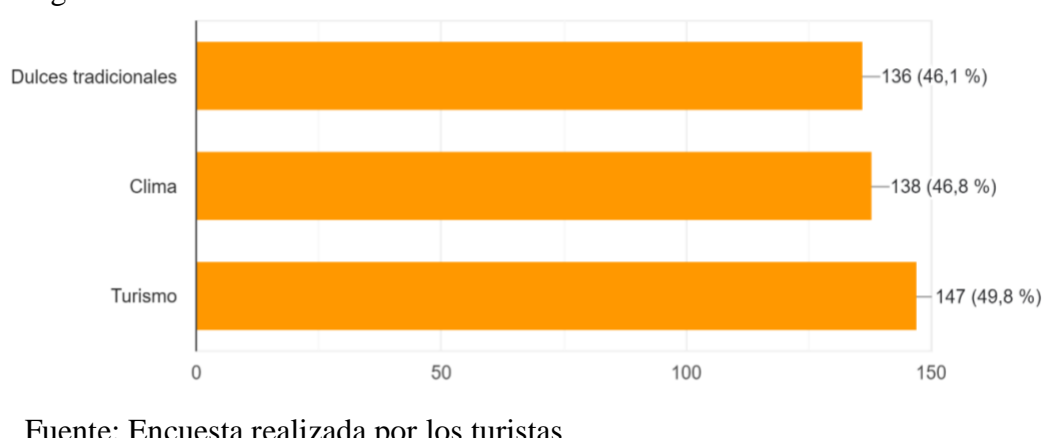


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Se pudo concluir que el 30,3% de los encuestados ha visitado Malvas regularmente, el 30% de los turistas ha visitado frecuentemente el lugar, mientras que el 21,7% siempre visita la parroquia, y por último el 18% de los encuestados nunca ha ido al lugar,

4. *¿Qué le motivaría a usted a visitar la parroquia Malvas?*

Figura 4. Motivos de visita

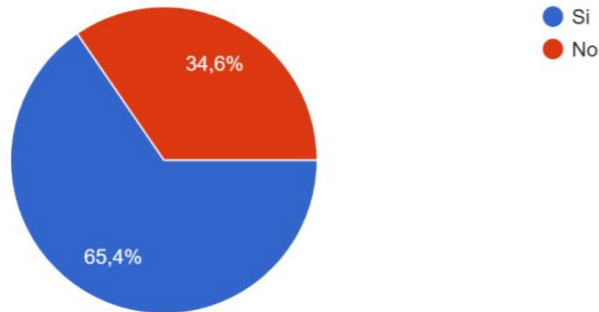


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Mediante esta pregunta se pudo determinar qué es lo que les motiva a los turistas a visitar la parroquia entre los tres principales se pudo concluir que el 46,1% se motiva por los dulces tradicionales, el 46,8% por el clima que ofrece Malvas y finalmente el 49,8% como primer lugar se motivan por realizar turismo en la parroquia.

5. ¿Ha escuchado el emprendimiento de los Dulces tradicionales de Doña Cleme en Malvas?

Figura 5. Conocimiento del emprendimiento

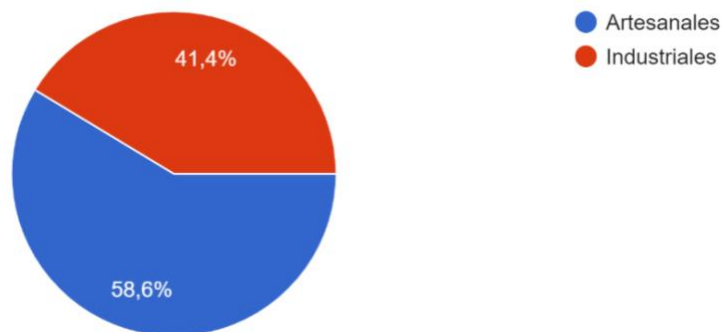


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Se pudo comprender en esta pregunta que el 65% de las personas encuestadas si ha escuchado del emprendimiento de los dulces tradicionales de Doña Cleme y el 34,6% no ha escuchado de este emprendimiento.

6. ¿Qué tipo de dulces acostumbra a consumir?

Figura 6. Gustos y preferencia

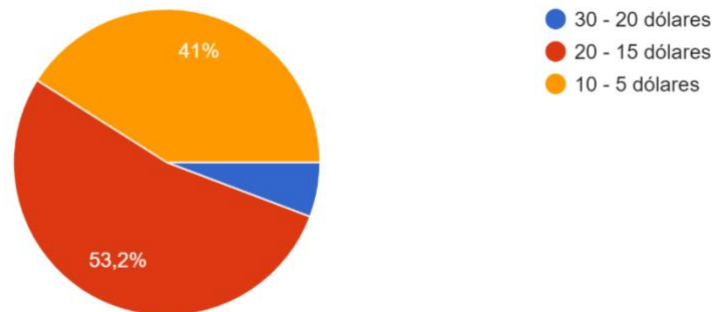


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Se entendió que la mayor parte de encuestados consume más dulces artesanales con el 56,6% y el otro 41%,4 consume los dulces industriales, por lo que se procederá a un mejor desarrollo del proyecto con las respuestas propuestas.

7. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos de dulce tradicional de Doña Cleme?

Figura 7. Gastos en dulces tradicionales

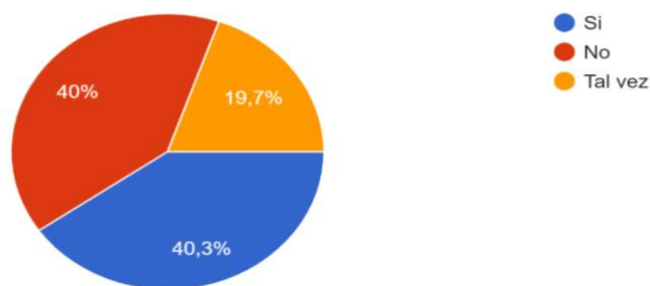


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Se concluyó que los encuestados estarían dispuestos a pagar por los dulces tradicionales de Doña Cleme por un 53,2% con una cantidad de 20 a 15\$, siguiendo con el 41% de 10 a 5\$ y finalizando con el 5,8% de 30 a 20\$ para fomentar la sustentabilidad económica en la parroquia.

8. ¿Conoce lo que es la economía naranja?

Figura 8. Grado de conocimiento



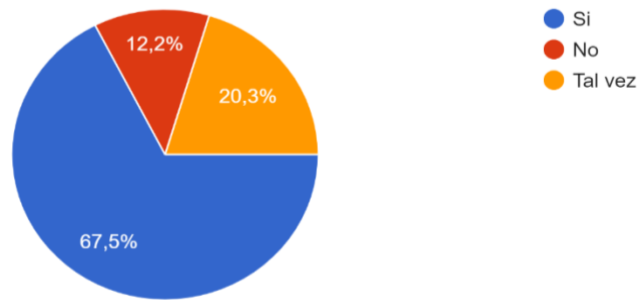
Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Los encuestados concretaron con un 40,3% en confirmar que, si conocían que es la economía naranja, en segundo lugar, con diferencia de 3 décimas menos que el primer valor, con un porcentaje de 40% los encuestados respondieron no conocer sobre lo que

trata este tema en particular, y por último el 19,7% cree haber escuchado o tiene un poco de conocimiento de lo que trata el tema de la economía naranja.

9. ¿Considera usted que el realizar actividades como la creación de dulces en una caminata turística en la finca de Doña Cleme, sería de gran aportación para que sea más dinámico el tour?

Figura 9. Actividades dinámico dentro de la finca Doña Cleme

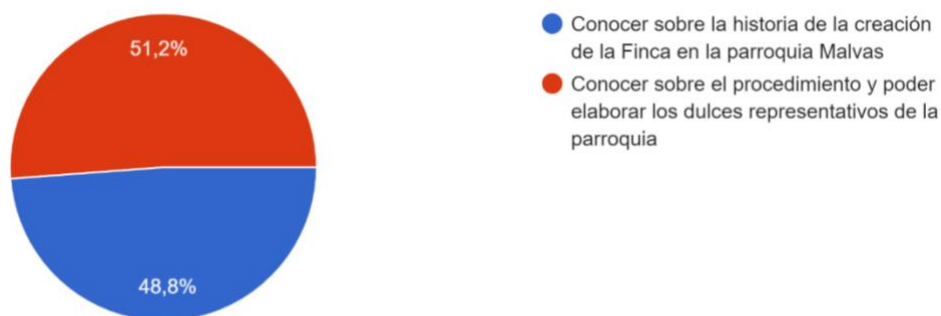


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Se comprendió que el 67,5% afirma que el realizar una caminata turística elaborando los dulces tradicionales en la finca aportara a un dinámico tour, por consiguiente, el 20,3% duda si este será una aportación factible para influenciar a los turistas a realizar un mejor tour en la finca, y el 12,2% de los encuestados no piensa que sea la mejor actividad que se pueda realizar.

10. ¿De las siguientes actividades turísticas que se realizarían con este proyecto en la finca de Doña Cleme, ¿cuál cree que sería la mejor?

Figura 10. Actividades recreativas

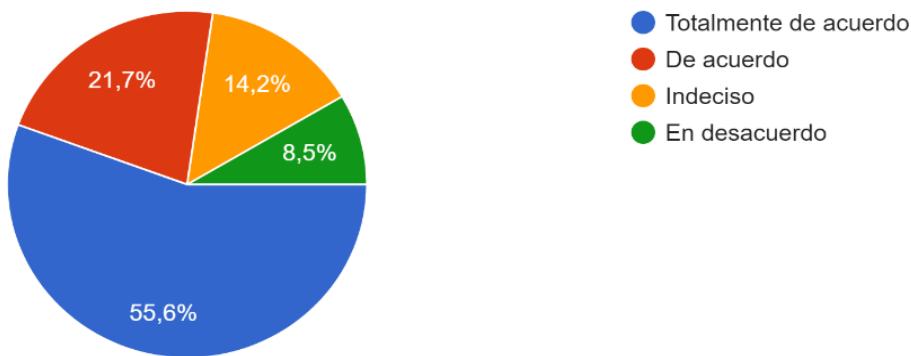


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

En resumen, el 51,2% de los encuestados creen que sería mejor opción de realizar sobre el procedimiento y elaboración de los duces representativos de la parroquia y el 48,8% no con tanta diferencia piensa que sería mejor conocer sobre la historia de la finca y como se generó en la parroquia Malvas.

11. ¿Considera que el turismo debe ser algo innovador, creativo, sostenible, generador cultural y económico para el lugar que se visite?

Figura 11. Turismo sostenible

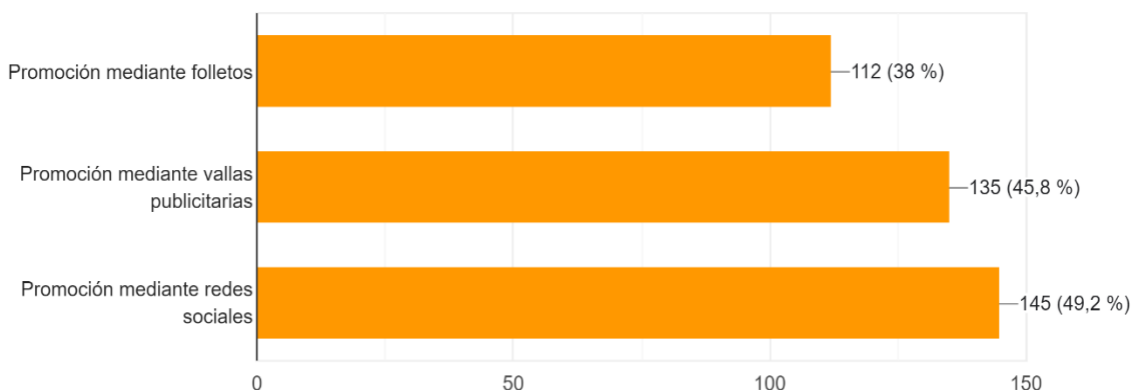


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

En la recopilación de datos online se pudo recopilar que el 55,6% de las encuestas están totalmente de acuerdo, así mismo el 21,7% de las encuestas están de acuerdo, seguido tenemos el 14,2% están indecisos con la pregunta encuestada y por último el 8,5% están en total desacuerdo.

12. ¿Cuál cree que deba ser la mejor opción publicitaria para que la finca de Doña Cleme se dé a conocer?

Figura 12. Publicidad

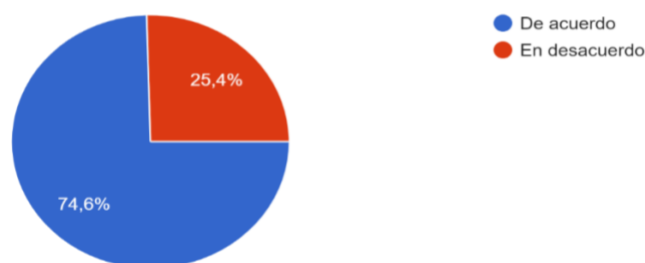


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Según la población encuestada la mejor opción publicitaria que más se difunde son mediante las redes sociales con 49,2%, seguido por las vallas publicitarias con un 45,8% y por otra parte con un 38% sería mediante los folletos. Hoy en día las redes sociales se han convertido en una herramienta importante para promocionar destinos turísticos.

13. ¿Considera que la economía es un factor muy importante para que se desarrolle mejor un lugar?

Figura 13. La economía es un factor importante

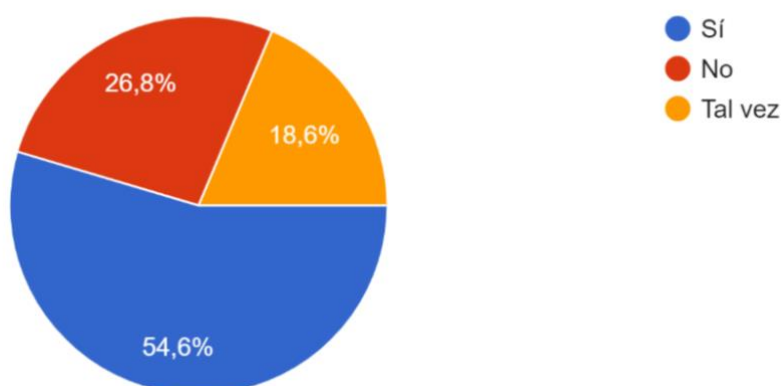


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Parte de la población considera que la economía si es un factor para que se desarrolle un mejor lugar esto cuenta con un 74,6 % que están de acuerdo y una minoría del 25,4% en total desacuerdo que la economía sea un factor importante en dicho desarrollo.

14. ¿Conocía usted que la economía naranja es un modelo productivo que da un valor agregado a las actividades creativas, apoyando la cultura e incentivando la reactivación económica al sector de las industrias?

Figura 14. Economía naranja un modelo productivo

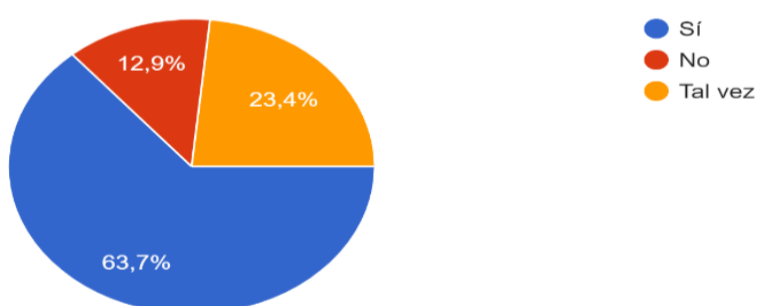


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

A través de las encuestas el 54,6% aseguran que si conocen o tienen conocimiento que la economía naranja es un modelo productivo que se le da un valor agregado, teniendo en cuenta que el 26,8% no tenían conocimiento acerca del mismo y por último con un 18.6% desconocían sobre el tema.

15. Con respecto a la pregunta anterior. ¿Cree usted que la economía naranja en la parroquia reactive el apoyo laboral y desarrolle una mejora en la economía del sitio?

Figura 15 Mejor calidad laboral

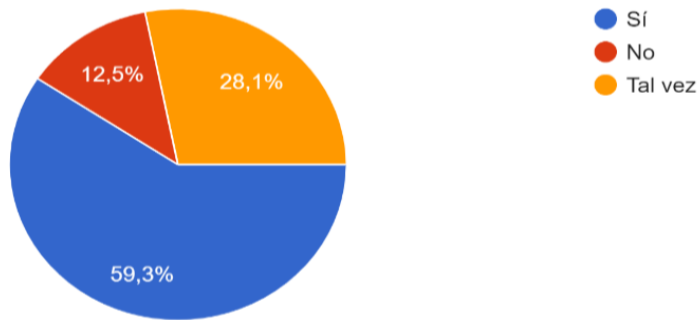


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Para los encuestados un 63,7% creen que la economía naranja si ayude a reactivar a la parroquia ya sea laboral como económica, teniendo en cuenta que un 12,9% dicen todo lo contrario, por último, con un 23,4% están indeciso que tal vez pueda ayudar que la economía fluya.

16. ¿Cree usted que fomentar el conocimiento de la economía naranja en el país, ayudaría a un mejor desarrollo, expansión y crecimiento del estado ecuatoriano?

Figura 16. Desarrollo y crecimiento

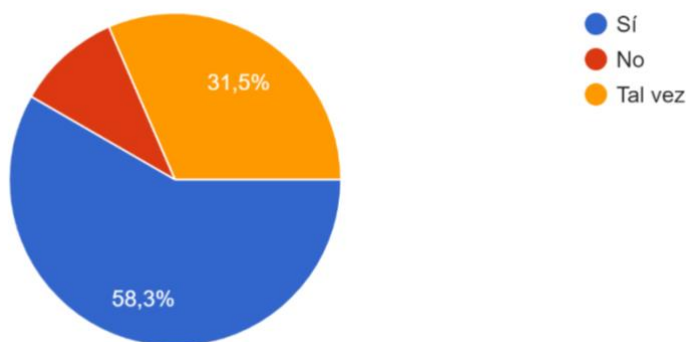


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Se puede determinar que el 59,3% se cree que, si se puede fomentar el conocimiento para un mejor desarrollo, con un 12,5% están de desacuerdo que no ayudaría en nada para el estado ecuatoriano, así mismo con un 28,1% dudan mucho si realmente ayudaría o no al crecimiento del estado ecuatoriano.

17. ¿Consideraría que esta nueva tendencia turística aportaría al turismo en la parroquia Malvas y por ende a la finca de dulces de Doña Cleme?

Figura 17. Nueva tendencia turística

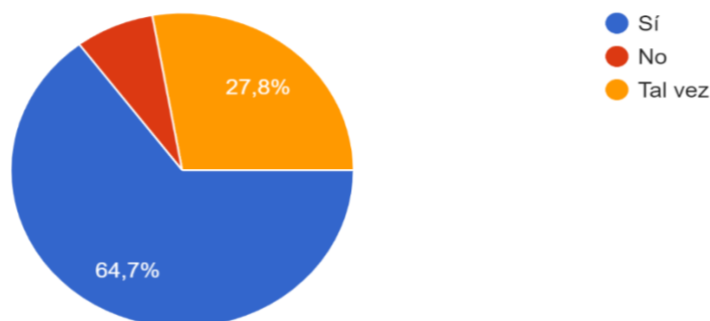


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Un 58,3% si consideran que la economía naranja es una nueva tendencia por lo cual si aportara mucho al turismo en la parroquia y un 10,2% no están del todo acuerdo si sería de gran aporte y con un porcentaje del 31,5% tienen aún mucha duda acerca de la nueva tendencia.

18. Siendo esta tendencia favorecedora con innovaciones culturales y protección a la propiedad intelectual, brindando beneficios económicos ¿Cree usted que los artesanos de la parroquia deberían aplicar la economía naranja en sus trabajos?

Figura 18. Innovaciones culturales

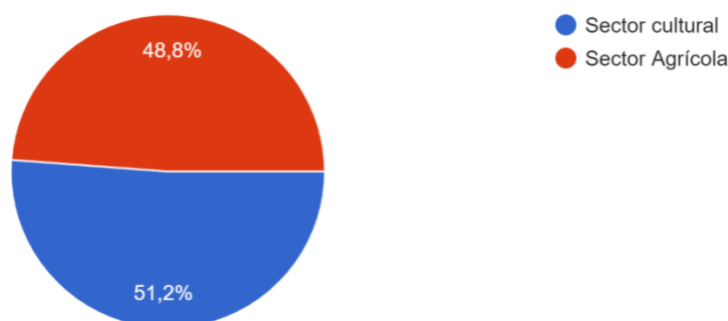


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

En estos datos hay un 7,5% de que los artesanos de la parroquia no deben aplicar la economía naranja en sus trabajos, y un 27,8% que tal vez estaría bien en que se aplique esta economía en sus labores y un 64,7% en que si están de acuerdo que se aplique esta económica en sus trabajos.

19. ¿Según a su criterio qué sector cree que aportaría más la economía naranja dentro de la parroquia malvas?

Figura 19. Aportaciones en la economía en la parroquia Malvas

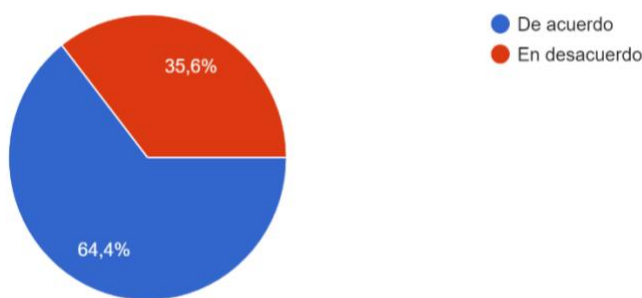


Fuente: Encuesta realizada por los turistas

En esta parte de los datos presentados el 51,2% del sector cultural aporta más a la economía naranja en la parroquia Malvas, y por otro lado el 48,8% que es el sector agrícola, por los datos expuestos es el que menos aporta a la economía naranja.

20. Existen emprendimientos e industrias que no son rentables en la parroquia por no existir el apoyo necesario en ellos. Entonces ¿Usted estima que un apoyo económico que favorezca a la innovación e incentive a demostrar la cultura del sitio, sea llamativo para los turistas?

Figura 20. Apoyo económico



Fuente: Encuesta realizada por los turistas

Se puede apreciar en esta encuesta que el 35,6% de las personas están en desacuerdo, y el 64,4% están de acuerdo, en que el apoyo económico incentive a demostrar la cultura y sea más llamativo para los turistas.

3.4 Interpretación de resultados

Según la población encuestada e 49,8% se motiva a ir a la parroquia por el turismo, por lo cual puede ser un factor favorable para desarrollar un proyecto dentro de este lugar, además de que el 56,6% prefiere consumir dulces artesanales dando ventaja a lo que se propone en el proyecto para poder proseguir y configurar las propuestas ya informadas. La economía naranja en el país es una nueva tendencia en el país, que en la población que se encuestó conoce el 40,3% creando así nuevas interrogantes en el tema y con la realización del proyecto se podrá informar mejor a la población y dará un sustento económico a la creatividad del lugar y aumentará la producción laboral por consiguiente

nuevas ofertas de empleo. Con las actividades propuestas y lo que los 295 encuestados han decidido, se podrá satisfacer mejor las necesidades y contará con un flexible progreso a lo largo del proyecto.

3.5 Análisis y discusión de resultados

Este proyecto se dio de forma cuantitativa, donde realizamos un profundo análisis utilizando la técnica de la entrevista. A través de la resolución de datos, tomando los objetivos del proyecto de investigación y de los resultados del análisis. En esta investigación tuvimos como propósito diagnosticar el grado de conocimiento acerca de la economía naranja dentro de la parroquia Malvas con el fin de fomentar turísticamente los productos artesanales de la finca de dulces Doña Cleme. Por otro lado, del resultado se pudo analizar que la economía naranja si es un pilar importante y es de gran ayuda para la población que aporte más ya sea en al aspecto laboral o económico del país.

CAPITULO IV

4. Propuesta

Información básica de la finca de dulces de doña cleme en la parroquia malvas, cantón Zaruma, provincia del oro

La Economía Naranja es el desarrollo de la economía creativa, este desarrollo está enfocado en las manifestaciones artísticas, culturales propias de una región lo que da paso al desarrollo de una economía sostenible y sustentable ya que el patrimonio creativo puede ser considerado ilimitado.

Zaruma es uno de los cantones con más riqueza cultural y artística de la región, siendo su parroquia Las Malvas una de las más bellas y que más potencial puede desarrollar en la aplicación de la economía naranja.

El cantón Zaruma durante 1882 a 1883 se constituyó en capital de la provincia de El Oro, declarándose posteriormente en 1990 como ciudad patrimonio cultural por el Ministerio de Educación y Cultura de la República de Ecuador, constando además desde 1998 en el listado de la UNESCO, como candidata de declaratoria de Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Malvas tiene la denominación política de parroquia rural ubicada geográficamente en la cordillera de Los Andes en sentido occidental de la misma, como ya hemos señalado pertenece al cantón Zaruma con una atención aproximada de 1.22 Km², colindando al norte con Muluncay y Arcapamba; al sur y al este con Zaruma y al oeste con Pinas.

En esta parroquia se asienta los denominados “dulces de doña Cleme”, una práctica de más de cien años en Zaruma, negocio que data de mediados del siglo diecinueve por doña Clemencia María Natividad Aguilar. Detrás de cada dulce de este local se esconde una tradición de más de 125 años en la elaboración de las recetas, recetas que, en el imaginario local, tienen rango de patrimonio cultural por su sabor único y su tradicional proceso de elaboración.

En la actualidad su nieto Celso Antonio Aguilar, es quien lleva adelante la tradición familiar con recetas heredadas de su abuela, impregnada de una profunda tradición española, de quienes dona Cleme en primer lugar aprendió la elaboración de estos dulces que constituyen un referente turístico y cultural para propios y extraños y es parte fundamental del ejercicio turístico en la parroquia Las Malvas, nadie que haya visitado esta parroquia de Zaruma puede marcharse antes de adquirir estas delicias.

La finca cuenta con una infraestructura rustica y conectada con la naturaleza, en la cual se produce y extrae la materia prima necesaria para la elaboración de los dulces, esto es la caña de azúcar, la panela, café, cacao y leche todos provenientes de la finca familiar lo que garantiza la frescura y calidad del producto final que se ofrece a los turistas.

En la actualidad se elaboran catorce productos entre estos, dulces de maní, cacao, leche, guayaba, el famoso y reconocido café zarumeño, tortillas, rosquillas, bizcochuelos, bizcochuelillos, semas de huevo, pan de huevo, manjar de arroz con leche y muchos otros, los cuales pueden oscilar entre 1USD y 5USD. Los dulces también se comercializan en las ciudades de Quito, Cuenca, Machala, Pasaje, Loja, y Guayaquil.

Los visitantes además de degustar los dulces, pueden optar por visitas guiadas a los predios de la finca y disfrutar del entorno natural, la flora y la fauna de la región.

Análisis situacional, interés de los turistas, infraestructura

Como ya hemos desarrollado en páginas precedentes la economía naranja busca el desarrollo económico a través de la explotación de otro tipo de recursos alejados de los

tradicionales, de elaboración y venta de productos, o la explotación agrícola, haciendo énfasis en una economía basada en la explotación de la creatividad y la cultura. Siendo el cantón Zaruma uno de los lugares con mayor riqueza cultural y patrimonial del Ecuador, ofreciendo a sus visitantes experiencias únicas y diferenciadoras las cuales pueden experimentar los turistas que visiten Zaruma y la parroquia Las Malvas, siendo la Finca de Dulces de Doña Cleme un potencial turístico ideal a ser desarrollado a través de las presupuestos establecidos en la conceptualización de la economía naranja, pudiendo convertirse este en el eje económico ideal para el desarrollo de la región.

Según cifras pertenecientes al Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Zaruma, anualmente se recibe la visita de alrededor de 5.000 turistas, comparando esta cifra con los 1.391.000 turistas que visitan Ecuador, resulta que la ciudad recibe solo el 0,36% de los visitantes que llegan al país, por lo cual resulta necesario implementar estrategias turísticas y económicas para incrementar el turismo (GAD Municipal de Zaruma, 2018).

Dentro de las gestiones implementadas desde el Municipio se evidencia una política pública encaminada a paliar las consecuencias de la pandemia en la reactivación de las actividades turísticas con la implementación de ordenanzas encaminadas a la bioseguridad, y reducción de impuestos para las empresas turísticas, sin embargo, no hay datos oficiales que determinen de manera clara que las mismas hayan dado resultado.

Un primer paso es identificar los recursos que brinda la hacienda que puedan ser desarrollados a través de este eje económico identificando los factores diferenciadores y culturales propios de la región.

A través de las encuestas hemos podido determinar que el producto principal los dulces artesanales, son conocidos por la población interna la cual fue tomada como muestra para el análisis, Son conocidos y de amplia aceptación, manifestando los encuestados su disposición de pagar por los mismos, por sobre el precio actual de los productos.

Así también se manifiesta el interés de los encuestados en relación a la conceptualización de la economía naranja para que este negocio tradicional pueda ser desarrollado a través de esta.

Al ser estos recursos altamente identificables el siguiente punto a considerar debe enfocarse en la innovación de los mismos, como podemos explotar los mismos desde una

óptica innovadora bajo la óptica de la economía naranja. Esta óptica debe estar enfocada en el desarrollo de los recursos a fin de implementar plazas de trabajo, que permiten a la vez la difusión de la riqueza cultural a través del turismo.

4.1. Propuesta integradora

Propuesta integradora para el sector del turismo en la parroquia Las Malvas y la Finca de dulces de Doña Clementina

La presente estrategia económica está diseñada considerando las necesidades que presenta la parroquia Las Malvas, con el objetivo de potenciar los recursos únicos, de carácter cultural, de riqueza arquitectónica y de profunda naturaleza ancestral, buscando utilizar estos recursos de manera eficaz y eficiente, diversificando los bienes y los servicios ofertados, a la par que se reconstruye la infraestructura.

Misión

Implementar un plan de oferta turística cultural y vivencial, con un alto enfoque en la cultura de servicio a fin de promover la actividad turística, mediante el aprovechamiento de los recursos naturales y la máxima explotación de los recursos culturales y creativos propios de la región, ofertando las actividades turísticas de manera eficaz y eficiente.

Visión

Convertirse en el 2023 en el destino turístico más buscado de la provincia de El Oro, haciendo de la Finca de Doña Clementina el foco de principal de oferta turística y que a partir de ella se promocionen los activos turísticos tanto de la parroquia Las Malvas y el cantón Zaruma, en donde la oferta turística cultural, creativa y experimental será de óptima calidad y sustentable, persiguiendo el bienestar de los visitantes y también de los habitantes del sector, a fin de que en un futuro la Finca de Dulces de doña Clementina sea declarado patrimonio intangible cultural de la Humanidad.

Valores

- Ofrecer a los visitantes una experiencia única en el desarrollo de la visita a la Finca es la principal meta

- Los productos ofrecidos sean de primera calidad, tanto los tangibles (alimentos), como los intangibles (actividades y experiencias)
- Ser el punto turístico principal que sobresalga en el espacio geográfico de la parroquia Las Malvas, convirtiendo a la finca de doña Clementina en el lugar de encuentro y de partida para la generación turística del sector.
- Ofertar opciones variadas para los visitantes, haciendo énfasis en su retorno y recomendación a terceros, tanto nacionales como extranjeros.

Objetivos de la Propuesta desarrollada a partir de los modelos estratégicos de la economía naranja

La economía naranja, modelo económico mediante el cual se ha desarrollado la presente propuesta, contiene un modelo estratégico, denominado Política de la Economía Naranja, que engloba ejes de acción:

1. Información.
2. Inspiración.
3. Inclusión.
4. Industria.
5. Integración.
6. Infraestructura.
7. Gobernanza y Financiación.

A partir de este modelo estratégico se ha desarrollado los objetivos de la presente propuesta a saber:

TABLA 3. Modelo estratégico

#	Ejes de acción	Objetivos	Presupuesto
---	----------------	-----------	-------------

		Comunicar al público objetivo, (turistas nacionales y extranjeros) la existencia de la Finca de Dulces de Doña Clementina como destino turístico preferencial y novedoso dentro del cantón Zaruma.	
1	Información		\$100
		Innovar en la oferta turística sobre la compra y degustación de alimentos mediante la participación de turistas en la cocción de los dulces.	\$300
2	Inspiración	Ofrecer visitas guiadas a los plantíos de la finca y brindar a las visitantes actividades como recolección de la materia prima, involucrándolos en las etapas del proceso de elaboración.	\$350
		Dictar charlas y recorridos dando a conocer el origen cultural de raíces españolas, que componen las recetas con las que se elaboran los dulces.	\$120

3	Inclusión	<p>Capacitar permanente para la población que brinda los servicios turísticos, a fin de que se brinde una atención enfocada en satisfacción del visitante local y extranjero.</p>	\$300
4	Industria	<p>Convertir al negocio de los dulces artesanales en un negocio rentable, a fin de las nuevas generaciones de la familia de Doña Clementina, se interesen en el desarrollo del mismo, y que esta receta familiar no se pierda por falta de incentivos en el negocio familiar.</p>	\$500
5	Integración	<p>Crear redes sociales y sitio web de la finca a fin de llegar a mayor número de potenciales visitantes (Facebook, Instagram, página web). Colocar señalética del atractivo turístico en lugares estratégicos y visibles de la autopista de acceso a la provincia de El Oro.</p>	\$100
			\$700

		Potenciar la infraestructura con tecnología de punta sin perder aquella que es considerada histórica y patrimonial. (Escaneos de QR para obtener información detallado de la historia del lugar, Tarjetas de acceso a lugares turísticos, Máquinas expendedoras, etc.)	
6	Infraestructura		\$900
7	Gobernanza y Financiación	Implementar políticas a través de las distintas instituciones públicas dedicadas al turismo, generando cooperación interinstitucional y con los habitantes de la localidad, con el objetivo de mejorar la calidad de vida, a través de la implementación de productos turísticos.	
TOTAL			\$3.400

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1. Políticas de la Economía



Según el primer punto de la política de la economía naranja la información sobre la existencia del lugar turístico es el paso más importante, si no se da a conocer los atractivos turísticos y la oferta que estos conllevan no se podrá atraer visitantes.

Después de la información y el conocimiento viene el segundo punto que es la innovación. Alejarse de las propuestas tradicionales a fin de que las nuevas ofertas turísticas sean diferentes, frescas con un contenido vivencial y experimental por parte de los turistas. La capacitación permanente y continua al talento humano con enfoque innovador para el desarrollo de las nuevas propuestas.

Fuente: Elaboración propia con base a la propuesta

La implementación de las redes sociales es factor decisivo para que la finca de Doña Cleme sea conocida y reconocida como destino turístico y cultural.

La recuperación de la infraestructura propia y única de la región, constituye por si sola un destino turístico deseable.

Las políticas públicas y de inversión son determinantes dentro del desarrollo de la economía naranja, a fin de alcanzar los objetivos propuestos.

Gráfico 2. Actividades de la Economía Naranja por categorías



Categoría 1

En la primera categoría se habla sobre una creación de nuevas formas de medios para llegar hacia los turistas sea extranjeros como nacionales mediante páginas web como contexto de mayor información de los productos culturales de la provincia como la finca de dulces doña cleme.

Fuente: Elaboración propia en base a la propuesta

Categoría 2

En la segunda categoría de Artes y Patrimonio se realizó en base a que los turistas contemplen la importancia de la conservación de los lugares históricos de la parroquia con actividades que generen conciencia y repercuten en la atracción del turista por medio del conocimiento objetivo de la recolección de datos informativos que hagan valorizar la identidad de los pobladores del sitio.

Categoría 3

En la categoría 3 tenemos los que es sobre las industrias culturales, que en si nos llevan a comprender por qué escogimos la parroquia Malvas para su innovación generando servicios accesibles y productos que llamen la atención del turista en la finca de Doña Cleme donde se realizarán varias actividades renovadoras.

4.2 Conclusiones y recomendaciones

El objetivo final de este proyecto, se ha enfocado en diseñar una propuesta integradora a fin de fomentar el turismo en el cantón Zaruma y la finca de dulces de doña Cleme, en base a los modelos estratégicos de la economía naranja que busca la explotación de los recursos culturales y creativos.

Se ha podido demostrar a través de las encuestas realizadas el interés de los turistas en la adquisición de estos dulces emblemáticos de la zona, así como se ha podido identificar los recursos naturales, culturales y patrimoniales que tiene el cantón Zaruma, que se constituyen en un gran eje turístico que atrae a propios y extraños.

Dentro de la propuesta se considera el desarrollo exponencial del arte y el patrimonio presente en la zona, a través de creación de industria cultural plasmada en la elaboración de estos dulces cuya receta tiene una historia viva a través de sus herederos de 125 años, impregnada de los sabores propios y únicos de la materia prima con la que se cuenta.

Sí también se proyecta la implementación de nuevas tecnologías a través de la creación de la aplicación turística de Zaruma con el fin de acercar, informar y brindar un turismo vivencial a los potenciales visitantes.

La utilización de plataformas sociales obedece a la nueva realidad social y la forma en que las personas nos desenvolvemos en las diferentes actividades de nuestra vida. El

turismo no debe estar ajena a esta nueva realidad, dejando de un lado los medios de difusión tradicional y ajustándonos a los cambios ya que en la actualidad tenemos todo al alcance de nuestro Smart Phone.

Como ha quedado demostrado las políticas económicas de la economía naranja constituyen un enfoque idóneo para la explotación y desarrollo de un territorio tan rico cultural y patrimonialmente como Zaruma, y por ende para la explotación turística en la finca de dulces de doña Clementina.

En base a las conclusiones se puede recomendar un nuevo enfoque al desarrollo del turismo en la zona, la visualización de los atractivos turísticos es de vital importancia, la facilidad de encontrar información veraz y al alcance de los posibles visitantes es un punto que no ha sido tratado de manera eficiente ni por las autoridades locales, ni por los operadores turísticos particulares.

Con la implementación de la aplicación propuesta, así como las redes sociales se cubriría el factor de posicionamiento del destino turístico a gran escala, así como los beneficios que aporta la visita al lugar y de las distintas actividades a realizar con sus costos. Esto hará de la experiencia turística más agradable, fácil y accesible para el visitante.

La última recomendación se plantea en el incentivo, tanto en forma económica a través de créditos, como a través de capacitación al talento humano, para que esta tradición milenaria, que data de la época colonial plasmada en las recetas de más de 125 años de tradición, no se pierdan por falta de estímulos productivos. Los habitantes jóvenes de la localidad y de la familia de doña Clementina no están percibiendo las oportunidades que representa sus productos y el turismo tanto cultural como patrimonial que puede ser explotado y desarrollado a través de la implementación de la economía naranja como eje estratégico en el desarrollo turístico de la parroquia Malvas y la finca de dulces ancestrales de doña Clementina.

Bibliografía

- Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience.*, 9(3), 95-204. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Anguita, J., Repullo Labrador, & Campos, D. (2005). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Investigacion*, 31(8), 527-538. doi:[https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)70728-8)
- Baena Paz, G. (2015). La Economía Naranja, opción para las artesanías del Estado de México. *Revista IAPEM*(90), 83-99. Obtenido de <https://biblat.unam.mx/es/revista/revista-iapem/articulo/la-economia-naranja-opcion-para-las-artesantias-del-estado-de-mexico>
- Barraza, W. (2020). ¿Innovadoramente Creativos O Creativamente Innovadores? Gerencia Y Gestión Cultural En Tiempos De Economía Naranja. *Revistas Inclusiones*, 7, 85-109. Obtenido De <https://Revistainclusiones.Org/Pdf21/6%20vol%207%20num%20espcolombiacaribe%20inclusiones.Pdf>
- Barros Pinto, F. (2021). Alcances del turismo sostenible: un análisis cualitativo de las experiencias de dos comunidades en Ecuador. *Siembra*, 8(1). doi:<https://doi.org/10.29166/siembra.v8i1.2414>
- Betancur, V., Mejía, C., Acevedo, P., Velásquez, M., & Cartagena, A. (2022). El Turismo creativo como dinamizador de las economías locales: Estudio de caso en una comunidad afrodescendiente. *Gaceta Científica*, 8(2), 93-104. doi:<https://doi.org/10.46794/gacien.8.2.1510>
- Calderón, D., Arcila, M., & López, J. (2018). Las Rutas e Itinerarios Turístico-Culturales en los Portales Oficiales de Turismo de las Comunidades Autónomas Españolas.

- Revista de Estudios Andaluces (REA)*, 35, 123-145.
doi:<http://dx.doi.org/10.12795/rea.2018.i35.05>
- Cárdenas, J. (2018). Investigación cuantitativa. *Freie Universität Berlin*, 8, 54-56.
doi:DOI: 10.17169/refubium-216
- Cardoso Teran, P., Herrera, W., & Salas, C. (2019). Economía naranja a la ecuatoriana: pistas de lectura al Plan Ecuador Creativo. *Revista Comunicacion, cultural y politica*, 10, 102-140. doi:<https://doi.org/10.21158/21451494.v10.n0.2019.2731>
- Cardoso-Cabrera, D., Vásquez-Eraza, E., & Ramón-Poma, G. (2021). Marketing experiencial aplicado al turismo rural del cantón Morona como componente de la Economía Naranja. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 7(12), 381-410. doi:<https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.434>
- Carillo, A. L. (2015). *Población y Muestra*. Mexico: Plantel Texcoco de la Escuela Preparatoria. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.11799/35134>
- Carvaja, G., & Lemoine Quintero, F. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *Revista el periplo sustentable*, 34, 164-184. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n34/1870-9036-eps-34-164.pdf>
- Condor, B. (2018). Turismo y desarrollo sostenible, Fundamentacion teorica para la construccion de un modelo de desarrollo turistico. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 47-52. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n2/2218-3620-rus-10-02-47.pdf>
- Fuentes Moreno, A., Rivas Ramírez, K., Arcentales Aulestia, E., & Salazar Aguilar, J. (2019). Modalidades y destinos turísticos del cantón Puerto Quito, provincia de Pichincha. *Revista Científica Uisrael*, 6(3), 85-100.
doi:<https://doi.org/10.35290/rcui.v6n3.2019.138>
- GAD Municipal de Zaruma. (2018). Obtenido de <https://www.zaruma.gob.ec>

- Gambarota, D., Matamala, R., & Leonardi, V. (2022). Turismo naranja en el sudoeste bonaerense (Argentina): proyectos “Pehuen có cuna de megaterios” e “Isla invisible”. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*(26), 77-99. Obtenido de <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/291/103>
- Garcia, D., & Sanchez, A. (2021). CONSUMO CULTURAL Y ENTRETENIMIENTO EN LA CUARENTENA DE COVID-19EN ESPAÑA:¿Crisis o revisión de la economía naranja? *International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*, 8(2), 131-149. doi:<https://doi.org/10.37467/gka-revvisual.v8.2805>
- Garay, S. (2018). Economía naranja colombiana en tiempos modernos. *Revista Ploutos*, 7(2), 34-41. doi:<https://doi.org/10.21158/23227230.v7.n2.2017.1873>
- Gomez, M. (2006). *Introduccion a la metodologia de la investigacion cientifica*. Argentina: 1 Editorial Brujas. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=9UDXPe4U7aMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=true>
- Gómez, R., Ballesteros, Z., & Quintero, P. (2019). Herramienta para el incremento de la competitividad. *Congreso internacional de innovación turística y desarrollo regional – iii edición*, 24-31.
- Gonzalez, A. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(4), 450-464. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28065077033>
- Hernández , R., & Vásquez , E. (2020). Estrategias de gestión en la incertidumbre para el impulso de la economía naranja. *Revista Boletín Redipe*, 9(11), 228–234. doi:<https://doi.org/10.36260/rbr.v9i11.1127>

- Hernández, J. (2019). El ajedrez de la Economía Naranja en Colombia. *Economía Creativa*, 12, 82-102. doi: <https://doi.org/10.46840/ec.2019.12.04>
- INEC. (10 de febrero de 2010). *Base de datos. Censo de Poblacion y Vivienda*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEC. (2010). *Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo*. Obtenido de INEC: www.ecuadorencifras.gob.ec
- Jiménez, I., Millán, M., & Suárez, D. (2017). Efecto del valor agregado del consumo cultural: una aproximación a la economía naranja en Colombia. *Revista Ploutos*, 7(2), 4-11. doi:<https://doi.org/10.21158/23227230.v7.n2.2017.1870>
- Korstanje, M. (2015). Un analisis crítico del Turismo creativo. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*(12), 23-41. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Dialnet-UnAnalisisCriticoDelTurismoCreativo-5329278.pdf>
- Lozano Uvario, K., Méndez Guardado, P., & González Torreros, L. (2018). La economía naranja en el espacio rural: análisis desde el desarrollo local en la Región de las Vías Verdes de los Valles, Jalisco. *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, 5(14), 88-105. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=469554838002>
- Mansilla, M. (2021). Turismo creativo: fundamentos y posibilidades de desarrollo en Argentina. *Revista de turismo e identidad*, 2(2), 125-153. Obtenido de <http://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeidentidad>

- Martinez, A. (2009). El diseño instruccional en la educación a distancia. Un acercamiento a los Modelos. *Apertura*, 104-119. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68812679010>
- Mazarrasa, K. (2016). El turismo experiencial y creativo: el caso de Cantabria. *International Journal of Scientific Managment Tourism*, 2(3), 195-203. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Dialnet-ElTurismoExperiencialYCreativo-5665941.pdf>
- Mejia, E. (2005). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20Cient%C3%ADfica.pdf>
- Molina, S. (2016). Turismo Creativo. *Estudio y practica*, 5(1), 205-223. Obtenido de <http://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/95/89>
- Molina-Quinteros, C., Jerez-Calero, M., & Palomino-Siza, L. (2018). La economía creativa en Ecuador: un análisis retrospectivo en la provincia de Cotopaxi durante el período 2012 –2015. *INNOVA Research Journal*, 3(11), 109-118. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n11.2018.724>
- Montserrat, I. (2018). TURISMO IDIOMÁTICO EN ESPAÑA. MARCO TEÓRICO. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(1), 29-59. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Dialnet-TurismoIdiomaticoEnEspanaMarcoTeorico-6358765.pdf>
- Moreno Melgarejo, A., Sariago López , I., & Reyes Ávila Bercial. (2018). La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*(25). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/25/gestion-destinos.html>

- Muñoz Aguilar, B. (2020). La educación en el turismo o el turismo con educación antes de la pandemia, durante la pandemia y post pandemia. *CADERNOS CERU*, 31(1), 126-147. doi: <https://doi.org/10.11606/issn.2595-2536.v31i1p126-147>
- Olave , J. (2019). El ajedrez de la Economía Naranja en Colombia. *Economía Creativa*(12), 82-102. doi:<https://doi.org/10.46840/ec.2019.12.04>
- Pastrá Calles, F., Ramón Raúl, M., Montilla Pacheco, A., & Mera Bravo, E. (2021). “Shrimp experience” desde la economía naranja para el turismo cultural en Pedernales. *Turismo Y Sociedad*(30), 149–167. doi:<https://doi.org/10.18601/01207555.n30.08>
- Parra, L. (2021). Economía y desarrollo a partir de la actividad turística en el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Colombia. *Negocios, gestión Y Sostenibilidad*, 2(2), 50-63. doi:<https://doi.org/10.15765/wpngs.v2i2.2276>
- Peña Ríos, Y., & Forero Garzón, M. (2018). La era de la economía naranja. *Perspectivas*, 9, 10-15. Obtenido de <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/Pers/article/view/1701/1611>
- Perojil Burgos, J. (2018). Turismo solidario y turismo responsable, aproximacion a su marco teorico y conexiones con la inteligencia turistica. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica*, 1(1), 23-48. Obtenido de http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/15750/Turismo_solidario.pdf?sequence=2
- Quijano, G., Sánchez, R., & Ibarvo, V. (2020). *Turismo y desarrollo en la región del Mayo del estado de Sonora: primer vistazo a la implementación de una ruta turística por comunidades indígenas* (Vol. 2). Obtenido de <http://ru.iiec.unam.mx/id/eprint/5133>

- Quintanilla de Velásquez, I., & Umaña, S. (2021). Diseño de productos y servicios turísticos como estrategias para el desarrollo local y turístico del municipio de Conchagua, departamento de la union. *REVISTA TECNOL*, 14, 33-37. Obtenido de http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/4397/1/RevistaTecnologica2021_Art7.pdf
- Riascos, J., Acosta, L., & Ortiz, M. (2020). Economía naranja y la actividad artesanal en Colombia y Nariño: una breve revisión analítica. *Revista de la Facultad de CienciasEconómicas y Administrativas*, 21(2), 218-241. doi:<https://doi.org/10.22267/rtend.202102.148>
- Riascos, J., Acosta, L., & Ortiz, M. (2020). Economía naranja y la actividad artesanal en Colombia y Nariño: una breve revisión analítica. *Revista de la Facultad de CienciasEconómicas y Administrativas*, 21(2), 218-241. doi:<https://doi.org/10.22267/rtend.202102.148>
- Rico Ramirez, M., & Gomez Caipa, J. (2021). Ecoturismo como alternativa de desarrollo económico, ambiental y cultural: un reto en calidad, formación y consolidación de la economía naranja. *Gestion y Ambiente*, 24(Supl 3), 22-32. doi:DOI: <https://doi.org/10.15446/ga.v24nSupl3.97336>
- Riveros, T. (2020). El Turismo alternativo: opción de producto turístico para el Departamento de Ñeembucú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(1), 59-73. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i1.45
- Robles, B. (2019). Poblacion y muestra. *Pueblo continente*, 30(1), 245-247. doi:<https://doi.org/10.22497/PuebloCont.301.30121>

- Rodríguez, M., Ramon , M., & Dominguez, J. (2021). Patrimonio urbano y alojamientos turísticos en Cienfuegos. *Vegueta*, 21(1), 237-265. doi:<https://doi.org/10.51349/veg.2021.1.10>
- Rojas Crotte, I. (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Tiempo de educar*, 12(24), 227-297.
- Saucedo, H. (2020). La creatividad recurso económico: como estrategia de crecimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 13(21), 23-36. doi:<https://doi.org/10.38147/inv&neg.v13i21.81>
- Solórzano Zambrano, R. (2019). Análisis de la Economía Naranja en el Ecuador y su Contribución a la Producción Nacional. *Universidad Tecnológica Empresarial De Guayaquil - UTEG*. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1069>
- Sosa, Salcedo, & Troncoso. (2020). Características de la economía naranja en el municipio de Cienaga, Magdalena. *Erg*, 12(1), 14-23. doi:<https://doi.org/10.22519/22157379.1688>
- Tresserras, J. (2015). El conjunto conventual de san francisco de quito: un caso piloto de programa de patrimonio mundial y turismo sostenible. Los retos de la gestión turística responsable y participación comunitaria. *ANALES de la Universidad Central del Ecuador*, 1(373), 511-531. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/anales/article/download/1363/1332/5142>
- Vargas Guzmán, W., & Torres H, A. (2019). Retos y oportunidades de las organizaciones del sector solidario en el marco de la economía naranja en vigencia del gobierno

nacional, 2018-2022. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(4), 456-474. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n4/2218-3620-rus-11-04-465.pdf>

Zanella-Martínez, L., Macías-Ugalde, L., & Chiriboga-Mendoza, F. (2021). Economía naranja y habilidades digitales. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa*, 4(7), 86-91. doi: <https://doi.org/10.46296/rc.v4i7.0035>

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

1. ¿Con qué género se identifica?

- Femenino

- Masculino

- Otro género

2. ¿Cuál es el rango de edad en el que se posiciona?

- 15 – 25

- 26 – 36

- 37 – 47

- 48 – 58

3. ¿Con qué frecuencia ha visitado la Parroquia Malvas, Cantón Zaruma?

- Siempre

- Frecuentemente

- Regular

- Casi nunca

4. ¿Qué le motivaría a usted a visitar la parroquia Malvas?

- Gastronomía (dulces tradicionales)

- Turismo

- Clima

5. ¿Ha escuchado el emprendimiento de los Dulces tradicionales de Doña Cleme en Malvas?

- Si

- No

6. ¿Qué tipo de dulces acostumbra a consumir?

- Artesanales
 - Industriales
7. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto de dulce tradicional de Doña Cleme?
- \$30-20
 - \$20-15
 - \$10-5
8. ¿Conoce lo que es la economía naranja?
- Si
 - No
 - Tal vez
9. ¿Considera usted que el realizar actividades como la creación de dulces en una caminata turística en la finca de Doña Cleme, sería de gran aportación para que sea más dinámico el tour?
- Si lo fuera
 - No creo
 - Tal vez
10. De las siguientes actividades turísticas que se realizan en la finca de Doña Cleme, ¿cuál cree que sería la mejor?
- Conocer sobre la historia de la creación de la Finca en la parroquia Malvas
 - Conocer sobre el procedimiento y poder elaborar los dulces representativos de la parroquia
11. ¿Considera que el turismo debe ser algo innovador, creativo, sostenible, generador cultural y económico para el lugar que se visite?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo

12. ¿Cuál cree que deba ser la mejor opción publicitaria para que la parroquia Malvas se dé a conocer?

- Folletos
- Vallas publicitarias
- Redes sociales

13. ¿Considera que la economía es un factor muy importante para que se desarrolle mejor un lugar?

- De acuerdo
- En desacuerdo

14. ¿Conocía usted que la economía naranja es un modelo productivo que da un valor agregado a las actividades creativas, apoyando la cultura e incentivando la reactivación económica al sector de las industrias?

- Si
- No
- Tal vez

15. Con respecto a la pregunta anterior. ¿Cree usted que la economía naranja en la parroquia reactive el apoyo laboral y desarrolle una mejora en la economía del sitio? (Haciéndola más sustentable)

- Si

- No

- Tal vez

16. ¿Cree Usted que fomentar de pleno el conocimiento de la economía naranja en el país, ayudaría a un mejor desarrollo, expansión y crecimiento del estado ecuatoriano?

- Si

- No

- Tal vez

17. ¿Consideraría que esta nueva tendencia turística aportaría al turismo en la parroquia?

- Por supuesto

- Tal vez

- No

18. Siendo esta tendencia favorecedora con innovaciones culturales y protección a la propiedad intelectual, brindando beneficios económicos ¿Cree usted que los artesanos de la parroquia deberían aplicar la economía naranja en sus trabajos?

- Si

- No

- Puede ser

19. ¿Según a su criterio qué sector cree que aportaría más economía naranja dentro de la parroquia malvas?

- Sector cultural

- Sector agrícola

20. Existen emprendimientos e industrias que no son rentables en la parroquia por no existir el apoyo necesario en ellos. Entonces ¿Usted estima que un apoyo económico

que favorezca a la innovación e incentive a demostrar la cultura del sitio sea llamativo para los turistas?

- De acuerdo
- En desacuerdo

Anexo 2: Imágenes

Imagen 1: Entrada principal de la Finca Doña Cleme



Fuente: Tomadas de las redes sociales

Imagen 2 Pared de recuerdos



Fuente: Tomadas de las redes sociales

Imagen 3 Dulces tradicionales



Fuente: Tomadas de las redes sociales

Imagen 4 Café tradicional hecho en la finca Doña Cleme



Fuente: Tomadas de las redes sociales

Imagen 5 Proceso para realizar el mangar



Fuente: Tomadas de las redes sociales

Imagen 6 Embasamiento del mangar y dulces



Fuente: Tomadas de las redes sociales

Imagen 7 Variedad de producto cosechados



Fuente: Tomadas de las redes sociales

Imagen 8 Gran parte natural de la finca



Fuente: Tomadas de las redes sociales

Imagen 9 La Iglesia y parque de Malvas



Fuente: Tomadas de las redes sociales