



DOI: <https://doi.org/10.23857/dc.v11i1.4217>

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

Innovation and sustainability in sugarcane products: Focusing on tourism development in Echeandía, Ecuador

Inovação e sustentabilidade nos produtos da cana-de-açúcar: Foco no desenvolvimento turístico em Echeandía, Equador

Alexis Gabriel Reinoso-Haro ^I
alexis.reinoso@ueb.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0006-5849-245X>

Johana Guadalupe García-León ^{II}
jggarcia@ueb.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-5084-6149>

María Alicia Noboa-Osorio ^{III}
marialicianoboa@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0009-0444-4219>

Yadira Maricela García-García ^{IV}
yadita1995@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0001-4607-3243>

Correspondencia: alexis.reinoso@ueb.edu.ec

***Recibido:** 29 de noviembre de 2024 ***Aceptado:** 13 de diciembre de 2024 * **Publicado:** 09 de enero de 2025

- I. Ingeniero en Ecoturismo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo con una maestría en Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo, docente de la Carrera de Turismo y Turismo & Hotelería, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar, Ecuador.
- II. Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras en la Universidad Estatal de Bolívar con una maestría en Proyectos Agroturísticos y Ecológicos en la Universidad Agraria del Ecuador, docente de la Carrera de Turismo y Turismo & Hotelería, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar, Ecuador.
- III. Ingeniera en Ecoturismo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo con una maestría en Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo, CEO de Payani Tour Operadora e investigadora turística independiente, Ecuador.
- IV. Ingeniera en Administración de Empresas de Turismo y Hotelería de la Universidad Estatal de Bolívar, investigadora turística independiente, Ecuador.

Resumen

Este artículo evalúa el potencial turístico y productivo del cantón Echeandía, provincia de Bolívar, mediante la propuesta de implementar un restaurante-taller temático con recetas derivadas de la caña de azúcar. La hipótesis plantea que este restaurante diversificará la oferta gastronómica del cantón, generará empleo y promoverá el turismo sostenible. La metodología aplicada incluyó un diagnóstico situacional, análisis de mercado, encuestas a la población local y estudios de viabilidad económica. Los resultados indican un alto interés de los encuestados en aprender sobre el cultivo de caña de azúcar y su transformación en productos finales. El 82% de los encuestados están dispuestos a participar en actividades relacionadas. Además, surge la necesidad de adaptar los servicios a las demandas actuales, pues una gran proporción de personas que viajan pertenece a las generaciones "X" (45 a 54 años) y "Millennials" (33 a 44 años).

La oferta de este establecimiento turístico incluirá un menú con entradas, platos principales, postres y bebidas a base de caña de azúcar. Además, contará con un showroom para la exposición de suvenires diseñados por la población local y tours que garanticen la experiencia vivencial por los cañaverales de Echeandía en colaboración con operadores locales, dinamizando la economía mediante la creación de empleo y la diversificación de la oferta cantonal y provincial.

Palabras clave: Echeandía; restaurante temático; caña de azúcar; turismo sostenible; desarrollo económico.

Abstract

This article evaluates the tourism and production potential of the Echeandía canton, Bolívar province, through the proposal to implement a thematic restaurant-workshop with recipes derived from sugar cane. The hypothesis states that this restaurant will diversify the gastronomic offer of the canton, generate employment and promote sustainable tourism. The methodology applied included a situational diagnosis, market analysis, surveys of the local population and economic feasibility studies.

The results indicate a high interest of the respondents in learning about the cultivation of sugar cane and its transformation into final products. 82% of the respondents are willing to participate in related activities. In addition, there is a need to adapt the services to current demands, since a large proportion of people who travel belong to the "X" generations (45 to 54 years old) and "Millennials" (33 to 44 years old).

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en
Echeandía, Ecuador

The offer of this tourist establishment will include a menu with starters, main dishes, desserts and drinks based on sugar cane. In addition, it will have a showroom for the exhibition of souvenirs designed by the local population and tours that guarantee the experience of living the sugarcane fields of Echeandía in collaboration with local operators, boosting the economy through job creation and the diversification of the cantonal and provincial offer.

Keywords: Echeandía; theme restaurant; sugar cane; sustainable tourism; economic development.

Resumo

Este artigo avalia o potencial turístico e produtivo do cantão de Echeandía, província de Bolívar, através da proposta de implementação de um restaurante-oficina temático com receitas derivadas da cana-de-açúcar. A hipótese é que este restaurante diversifique a oferta gastronómica do cantão, crie emprego e promova o turismo sustentável. A metodologia aplicada incluiu diagnóstico de situação, análise de mercado, inquéritos à população local e estudos de viabilidade económica.

Os resultados indicam um elevado interesse dos inquiridos em aprender sobre o cultivo da cana-de-açúcar e a sua transformação em produtos finais. 82% dos inquiridos estão dispostos a participar em atividades relacionadas. Além disso, há necessidade de adaptar os serviços às exigências atuais, uma vez que uma grande parte das pessoas que viajam pertence às gerações “X” (45 a 54 anos) e “Millennials” (33 a 44 anos).

A oferta deste estabelecimento turístico incluirá um menu com entradas, pratos principais, sobremesas e bebidas confeccionadas a partir de cana-de-açúcar. Além disso, contará com um showroom para exposição de souvenirs elaborados pela população local e passeios que garantam a experiência vivencial pelos canaviais de Echeandía em colaboração com operadores locais, dinamizando a economia através da criação de emprego e da diversificação da oferta cantonal e provinciais.

Palavras-chave: Echeandía; restaurante temático; cana de açúcar; turismo sustentável; desenvolvimento económico.

Introducción

En los últimos años, la actividad turística ha experimentado un crecimiento significativo a nivel mundial, impulsado por los procesos de globalización y el aumento de frecuencias aéreas que facilitan el acceso a nuevos destinos (CEPAL, 2017), Este dinamismo ha contribuido a la generación de

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en
Echeandía, Ecuador

empleo y a la diversificación de la oferta turística en territorios catalogados como destinos obligatorios por visitar (Costa et al., 2024).

Sin embargo, la pandemia de COVID-19 impactó negativamente en esta actividad, reduciendo las opciones de viajes de ocio durante un periodo aproximado de dos años (Segura Ronquillo & Ortiz Zambrano, 2024). Ante este desafío, los establecimientos turísticos y actores locales adoptaron estrategias innovadoras para sobrevivir, enfrentando procesos de resiliencia que resultaron en cambios sistémicos. Estas adaptaciones permitieron la reconfiguración y posición de nuevos destinos en el mercado (Castillo & Vásquez, 2022).

En este contexto, el turismo rural emergió como una de las primeras líneas en reactivarse, gracias a su capacidad para atender las restricciones de movilidad y bioseguridad impuestas por la pandemia. Este sector ha demostrado ser una opción viable para la dinamización económica postpandemia, ofreciendo experiencias seguras y satisfactorias para los visitantes de este importante sector (Thomé-Ortiz et al., 2023).

Con lo anteriormente mencionado, los datos que se presentan en Ecuador han sido alentadores a pesar de los diversos factores que atraviesa el país como es la crisis energética y el conflicto armado interno que han amenazado el desarrollo económico y sostenible de esta importante actividad dentro del país (Bravo Macias et al., 2024). En 2023, el turismo contribuyó de manera directa al PIB nacional el 2.06% con un ingreso de 1.487 millones de dólares, estos datos se respaldan en la importante cantidad de establecimientos del catastro turístico que maneja el Ministerio de Turismo, el mismo que está conformado por 24 mil prestadores de servicios que generan 50.159 empleos en el país (Corporación Financiera Nacional B.P., 2024).

Con estos datos es importante mencionar que el Ministerio de Turismo maneja en sus programas estadísticas un histórico perfil del turista nacional, que destaca que el 42.53% de personas tienen como preferencia de viaje la región Sierra, en su mayoría (53.60%) están motivados por las vacaciones y actividades relacionadas al ocio (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2022). Por otro lado, los turistas internacionales que visitan Ecuador prefieren las modalidades de turismo de sol y playa, ocio nocturno y actividades culturales, destacando que, en los últimos años, el país se ha posicionado en el mercado internacional, como un referente del turismo sostenible, apostando por acciones responsables y diversas, donde el crecimiento económico y la sostenibilidad van de la mano (M. López, 2024).

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

En este marco, la cartera de estado a cargo del turismo en el país presentó el Plan de Turismo 2024, en el cual se han desarrollado seis portafolios de Productos Turísticos (rural, aventura, ecoturismo, cultura, bienestar y eco sostenible), que permitan atraer a más viajeros al país, así también, promover el turismo local a través de una Campaña de Promoción Nacional para impulsar su sostenibilidad (Ministerio de Turismo, 2024). Para objeto de este artículo, cabe destacar que la práctica del turismo en la ruralidad presenta oportunidades atractivas de desarrollo para los poblados locales, que, por variabilidad de precios de venta al público en el mercado, se limitan solamente a la productividad agrícola y pecuaria, teniendo una gran oportunidad de innovar en este sector la prestación de servicios turísticos conjugados con experiencias vivenciales que podrían satisfacer las necesidades de la demanda actual (Campos et al., 2024).

La innovación a través de proyectos gastronómicos, como la implementación de un restaurante – taller permite seleccionar productos relegados a usos específicos, en este caso, la caña de azúcar a la obtención de licor artesanal que se comercializa en la temporada de carnaval, la fiesta mayor en la provincia de Bolívar, así también, las preparaciones que pueden considerarse como cotidianos, que, con la implementación de cierta innovación, se podrá preservar, difundir y promocionar, haciendo que estas acciones sirvan para destacar un proceso de construcción gastronómica como patrimonio cultural (Acosta, 2017).

Con lo anteriormente descrito, el proyecto, se centra en el potencial turístico y productivo de la caña de azúcar en Echeandía, un territorio que enfrenta desafíos económicos significativos debido a la disminución del turismo y la falta de oportunidades laborales, en la que, con la incorporación de productos locales en la gastronomía puede aumentar el atractivo turístico de un destino, al tiempo que impulsa el desarrollo económico local (Herrera et al., 2024), planteando de esta manera el objetivo de evaluar la viabilidad de un restaurante-taller temático, midiendo el interés de la población local, el análisis de mercado y la viabilidad económica del proyecto, manteniendo como hipótesis, que, la implementación de este establecimiento contribuirá significativamente a la diversificación económica y la promoción del turismo sostenible.

El desarrollo de esta investigación demostró que la implementación de un restaurante – taller, no solo utilizará a la caña de azúcar como su principal componente para la elaboración de platillos, si no también, articulará acciones con productores locales para la dotación de la materia prima y la venta de experiencias vivenciales sobre el proceso de cultivo de este producto; además, al plantear un showroom como parte del espacio del establecimiento, los artesanos tendrán la oportunidad de

presentar souvenirs como dulces, snacks, condimentos, acompañamientos, infusiones, bebidas, entre otros. Se pretende que, con la implementación, se dinamice la economía al crear al menos 15 plazas de empleo directo (logística restaurante), 30 plazas indirectas (productores), con un ingreso meta anual aproximado de \$60.000,00. Diversificando de esta manera la oferta turística de la provincia mediante la sostenibilidad de manifestaciones culturales a través del fortalecimiento y revalorización de actividades tradicionales.

Materiales y métodos

La investigación se realizó en el cantón Echeandía, ubicado a 56 kilómetros al este de Guaranda, la capital de la provincia de Bolívar. Este territorio se caracteriza por encontrarse en el subtrópico de la región andina, se destaca por la diversidad de flora, fauna y en este caso, la producción de caña de azúcar, que en su mayoría es utilizado para elaborar el licor artesanal conocido como “pájaro azul” (Villamar, 2020), cuya comercialización se la realiza con mayor frecuencia en la temporada de carnaval, que es la fiesta mayor en este territorio. A pesar de este antecedente, la zona atraviesa desafíos referentes a la economía por la disminución de la afluencia turística que limita la generación de oportunidades laborales.

El proyecto se realizó en el plazo de 4 meses, desde julio hasta octubre de 2024, el enfoque que se utilizó es de carácter mixto debido a la recolección y análisis riguroso de datos que pueden ser cualitativos o cuantitativos, incorporando diferentes métodos y técnicas que se encuentran determinadas en el trabajo (Moscoso, 2017).

El alcance del estudio es de tipo exploratorio, ya que facilitó la investigación sobre un tema poco estudiado o del cual se posee poca información, al ser un método flexible en comparación a otros, permitió indagar sobre la problemática de manera amplia y dispersa, facilitando examinar las características de los actores locales identificados en la producción de caña de azúcar para la posterior propuesta de innovación (Hernández et al., 2014).

El trabajo se desarrolló en 3 etapas, destacando que, cada una de estas constó con una metodología específica por cada objetivo planteado y que a continuación se detalla:

En una primera etapa, se empleó el método del análisis documental, que permitió profundizar el objeto de estudio y que aportó con elementos pertinentes para la calidad de la investigación, planteando herramientas para el levantamiento de información (Martínez et al., 2023), es así como, se recopiló datos sobre los atractivos turísticos naturales, prestadores de servicios y productores de

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en
Echeandía, Ecuador

caña de azúcar. Este método, se complementó con talleres participativos con los involucrados para analizar la problemática asociada al desarrollo turístico (Poggi, 2016), facilitando de esta manera la integración de ideas y propuestas para la caracterización de la propuesta de implementación de un restaurante – taller temático. Culminando este primer momento con la evaluación de la idea del negocio en la que se destacaron los criterios de pertinencia, valor agregado, innovación, sostenibilidad, aporte social, demanda y temporalidad.

En una segunda etapa, se utilizó el enfoque mixto de investigación, debido a que es de tipo descriptivo de carácter cuantitativo ya que permitió obtener información deseada de una situación (García & Martínez, 2012), utilizando encuestas estructuradas con las que se identificó los gustos y preferencias del turista para articular el perfil de este con la idea de negocio evaluada anteriormente. Es de tipo documental de carácter cualitativo porque buscó recopilar información en base a fuentes documentales publicados por otros investigadores o entidades oficiales (Arias, 2023), respecto a territorios que poseen similitud en lo geográfico y productivo para comparar, evaluar y determinar competidores complementarios y sustitutos.

Finalmente, en la tercera etapa, se trabajó con un tipo de investigación aplicada debido a que está dirigido a la solución de problemas identificados sobre un contexto en específico (Castro et al., 2023), con el diseño de un modelo de negocio innovador, utilizando la metodología Canvas Board que es una simplificación a manera de esquema que recoge las bases del negocio (Lozano et al., 2019), estructurando de esta manera la propuesta de valor del restaurante – taller temático, en el que se destaque los productos de caña de azúcar como la articulación con los actores locales.

Resultados y discusión

Echeandía es un cantón ubicado en la zona subtropical de la provincia de Bolívar, en el centro-oeste de Ecuador. Abarca una superficie de 232,06 km², con un rango altitudinal que varía entre los 119 y los 1.757 metros sobre el nivel del mar. La economía local se caracteriza por la limitada generación de fuentes de ingreso, principalmente derivadas de actividades agrícolas y pecuarias. A pesar de contar con un vasto potencial de recursos naturales, estos no han sido aprovechados de manera responsable y sostenible (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Echeandía, 2022).

Definición del producto

La definición del producto inició con un diagnóstico integro de la situación productiva y turística de Echeandía. Este análisis permitió identificar los atractivos turísticos, los prestadores de servicios y los actores del sector dedicados al cultivo de la caña de azúcar. A través de un minucioso estudio, se identificaron formas de articular estos elementos para diversificar e innovar la oferta turística del territorio. El proceso se llevó a cabo mediante una revisión exhaustiva de fuentes bibliográficas y se complementó con varias salidas de campo, las cuales permitieron recopilar la información detallada a continuación.

Tabla 1. Atractivos naturales identificados y validados su información

Table 1. Natural attractions identified and their information validated

Atractivo turístico	Tipo	Subtipo
Cascada Altamira	Ríos	Cascada
Cascada Guerrero	Ríos	Cascada
Cascada Salto de la culebra	Ríos	Cascada
Bosque de las orquídeas	Bosque	Montano bajo
Cavernas Naranja Agria	Fenómenos espeleológicos	Cueva o caverna

Fuente/Source: Salidas de campo e interacción con la población local (2024).

A pesar de su amplio territorio, Echeandía concentra en su oferta a cinco atractivos turísticos naturales debido a factores como el mal clima, accidentes naturales como derrumbes y aludes, y la presencia de propiedades privadas que limitan el acceso. La información sobre estos atractivos ha sido validada, y cuentan con la infraestructura y las facilidades turísticas necesarias para recibir visitantes de manera inmediata. Esto permite el desarrollo de actividades como senderismo, observación de flora y fauna, y ciclismo de montaña. Estas actividades se articulan con la producción de caña de azúcar, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de conocer el proceso desde los cañaverales hasta la obtención del producto final, listo para su comercialización.

Tabla 2. Establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos

Table 2. Establishments engaged in the provision of tourism services

Nombre	Ubicación	Actividad	Clasificación
Italia	Calle Genaro Viscarra y Simón Bolívar	Alojamiento	Hostal
Alices	Simón Bolívar, Sucre, S/N	Alojamiento	Hostal

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

Floresta Gril	Ciudadela la floresta vía al río camarón	Alimentos y bebidas	Restaurante
Angie	Av. Simón Bolívar y Ángel Polibio Chávez	Alimentos y bebidas	Cafetería
La Cima	Av. 24 de Mayo y Av. 5 de Octubre	Alimentos y bebidas	Discoteca
Viscarra Park	Av. Nelson León 1k vía a ventanas	Parques de atracciones estables	Balneario
Piscina Vismar	Vía a Ventanas, S/N	Parques de atracciones estables	Balneario

Fuente/Source: Salidas de campo e interacción con la población local (2024).

La planta turística en Echeandía es diversa y ofrece los servicios necesarios para brindar al turista una hospitalidad adecuada. Es importante destacar que estos siete establecimientos forman parte del catastro turístico nacional, garantizando así una experiencia de calidad para los visitantes (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024).

A través de un análisis bibliográfico sobre la cadena productiva y comercial de la panela granulada, se identificó a la Asociación de Cañicultores de Guachana, situada en la comunidad de la parroquia Guanujo del cantón Guaranda. Esta asociación cuenta con 14 socios activos (MCCH, 2010), de los cuales 4 son oriundos de Echeandía y tienen plantaciones de cañaveral que colindan entre estos dos cantones. A estos se suman 6 productores independientes que sirven de proveedores para la planta procesadora de la asociación en mención. Este hallazgo revela una problemática relacionada con la falta de organización de la población local, ya que los productores de caña de azúcar se ven obligados a unirse a asociaciones fuera de la zona para mejorar y diversificar las condiciones de comercialización, a pesar de la significativa producción a nivel cantonal. En este contexto, se ha identificado la siguiente información relevante para esta investigación:

Tabla 3. Detalle de la cadena productiva comercial

Table 3. Details of the commercial production chain

Producción	Transformación	Comercialización	Consumidor
<ul style="list-style-type: none"> La temporada que mayor se entrega la producción a la planta procesadora es 	<ul style="list-style-type: none"> La mayor parte de la producción de caña de la zona se destina a elaboración 	<ul style="list-style-type: none"> La panela se comercializa por quintales (sacos de 100 libras o 45 kgs), siendo los destinos de 	<ul style="list-style-type: none"> Generalmente la panela granulada se vende a los consumidores de manera directa, la venta se la realiza por libra o por kilogramo.

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

Producción	Transformación	Comercialización	Consumidor
<p>el verano, debido a la facilidad que se tiene de movilidad ya que en invierno se dañan las vías que conectan a los cañaverales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se estima una zona de producción aproximada de 130 hectáreas, al mismo tiempo encontrándose dispersos. • La zona alta tiene la capacidad de producir 20 toneladas por hectárea, mientras que la zona baja hasta 30 toneladas. • Se estima que el rango para el costo de producción por hectárea es de \$800,00 a \$1.000,00. 	<p>de aguardiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La caña se procesa en la planta de la Asociación de Cañicultores, se estima que se procesan hasta 3 toneladas diarias. • De cada tonelada se obtiene hasta 270 libras de panela. • La planta procesadora paga al productor \$20,00 por cada tonelada recibida. 	<p>venta el cantón Echeandía y el cantón Guaranda de manera equitativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comercialización se encuentra sujeta a temporadas, de esta manera, el valor de panela granulada varía entre \$26,00 a \$30,00 por cada quintal en el cantón Guaranda y entre \$18,00 a \$26,00 por cada quintal en Echeandía. 	<p>En Guaranda se vende entre \$1,00 a \$1,20 cada kilogramo, mientras que en Echeandía, su valor de venta esta entre \$0,90 a \$1,00.</p>

Fuente/Source: Cadena productiva comercial de la panela granulada, Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos (2010)

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

Para resaltar la tabla anterior, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos señala que, a nivel nacional, los cultivos de caña se emplean para la elaboración de azúcar. Tomando como referencia el año 2019, se cosecharon un total de 121,812 hectáreas de cañaverales. Además, se utilizó la producción de 15,525 hectáreas para la fabricación de alcohol y biodiésel.

El INEC también indica que el cultivo de caña para la producción de azúcar se concentra en cinco provincias del Ecuador en el siguiente orden: Guayas (81.4%), Cañar (13.7%), Imbabura (2.1%), Loja (1.9%) y Los Ríos (0.9%), en contraste, con las provincias de Cotopaxi (20.75%) y Bolívar (16.25%) que la cosecha se utiliza la cosecha para la producción de licores y panela (Vallejo, 2024).

La participación de la sociedad en los procesos de construcción de innovadoras iniciativas subraya la importancia de considerar el criterio de los llamados “dueños del territorio”, permitiendo adaptar este tipo de propuestas a la realidad local con la posibilidad de que sea sostenible en el tiempo (Astudillo et al., 2015). De esta manera, mediante un análisis de factores internos y externos utilizando la herramienta FODA, se identificaron y priorizaron las ventajas competitivas del cantón en función a sus características propias y del entorno en la que se desarrollan las actividades productivas (Varela, 2024).

Tabla 4. Detalle de los análisis de factores internos y externos
Table 4. Detail of the analysis of internal and external factors

Medio	Factor
	<p style="text-align: center;">Fortaleza Debilidad</p>
Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de producción agrícola y frutícola que se pueda integrar a la cadena de valor de la actividad turística en la provincia. • Posición geográfica del cantón Echeandía y proximidad a uno de los principales polos de desarrollo como Guayaquil. • Planta turística implementada con diferentes servicios en el cantón. • Accesibilidad y conectividad entre la cabecera cantonal y el sector rural.
	<ul style="list-style-type: none"> • Limitada diversificación de la oferta turística en la provincia de Bolívar. • Insuficiente promoción turística de las actividades y servicios que se ofertan en el cantón. • Limitada capacitación y habilidades profesionalizantes en el sector turístico de la provincia de Bolívar.
Externo	<p style="text-align: center;">Oportunidad Amenaza</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto asignado por parte del Ministerio de Turismo
	<ul style="list-style-type: none"> • Crecientes casos de inseguridad a nivel nacional.

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

Medio	Factor
	<p>para la promoción y posicionamiento de la oferta turística de la provincia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guayaquil como principal mercado para la oferta turística que posee el cantón. • Gran concurrencia de visitas y afluencia turística a la provincia de Bolívar por la manifestación tradicional del carnaval. • Acciones que fortalezcan la economía popular y solidaria en la provincia. • Apoyo transversal de la academia a través de la carrera de Turismo y Hotelería de la UEB en la provincia.
	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciales pandemias a nivel mundial y desestabilización política que atraviesa el país. • Desaceleración económica y desestabilización política en el país. • Contaminación y desastres naturales ligados al cambio climático como al avance de la frontera agropecuaria.

Fuente/Source: Salidas de campo e interacción con la población local (2024).

Una vez recabada la información relevante sobre los atractivos turísticos, los establecimientos que prestan diversos servicios y la actividad productiva relevante del cantón Echeandía, el cultivo de caña de azúcar, se procedió a evaluar la idea del negocio sobre la implementación de un restaurante – taller temático. Se desarrolló una matriz de evaluación, utilizando la escala de Likert (1 muy bajo a 5 muy alto). Los criterios empleados para la ponderación fueron los siguientes:

- Pertinencia (20%), coherencia de la idea del negocio con las necesidades y recursos locales.
- Valor agregado (15%), singularidad de la propuesta basada en el uso innovador de la caña de azúcar.
- Innovación (15%), grado de diferenciación de la idea frente a la competencia y creatividad en su implementación.
- Sostenibilidad (20%), viabilidad a largo plazo considerando factores ambientales, económicos y sociales.
- Aporte social (15%), beneficio directo e indirecto para productores y la comunidad local.

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en
Echeandía, Ecuador

- Demanda (10%), existencia y tamaño del mercado potencial para el restaurante y sus servicios.
- Temporalidad (5%), factibilidad de ejecutar el proyecto en un tiempo razonable.

La puntuación de cada criterio se obtuvo tras la multiplicación del puntaje obtenido por la ponderación. La suma de todas las puntuaciones ponderadas determinó la viabilidad general de la idea del negocio, tras el siguiente rango:

- 401-500 puntos: Alta viabilidad. El proyecto es consistente, innovador y tiene gran potencial.
- 301-400 puntos: Viabilidad media. Requiere ajustes específicos para fortalecer áreas débiles.
- Menos de 300 puntos: Baja viabilidad. El proyecto presenta riesgos significativos y necesita reformulación.

Tabla 5. Evaluación de la idea de negocio sobre la implementación de un restaurante – taller temático

Table 5. Evaluation of the business idea on the implementation of a restaurant - thematic workshop

Criterio	Ponderación (%)	Puntaje (1 - 5)	Puntaje ponderado
Pertinencia	20	5	100
Valor agregado	15	4	60
Innovación	15	4	60
Sostenibilidad	20	3	60
Aporte social	15	5	75
Demanda	10	4	40
Temporalidad	5	3	15
Total	100	Sumatoria final	410

En este contexto, la suma de los puntajes ponderados indicó un resultado total de 410, posicionando la propuesta dentro del rango “alta viabilidad”, reflejando un adecuado nivel de consistencia, innovación y potencial de implementación, destacando especialmente los criterios de pertinencia y sostenibilidad, que obtuvieron las mayores ponderaciones, evidenciando una fuerte alineación con las necesidades locales y un enfoque integral hacia la viabilidad a largo plazo.

Por lo tanto, la idea de negocio propuesta demuestra ser un modelo viable que, con ajustes menores en la planificación temporal, puede responder de manera efectiva tanto a las necesidades del mercado potencial como a las expectativas de los actores locales participantes.

Análisis de mercado y competencia

La aplicación de este análisis es fundamental dentro de este apartado debido a que, a través de un método sistemático, se puede recopilar información relevante sobre las necesidades, gustos, preferencias, entre otros de la población objetivo, potenciales clientes o consumidores del negocio que se está planteando (Piguave, 2016). Es así como se aplicó una encuesta estructurada en tres secciones: perfil demográfico, forma de viaje, motivaciones para visitar Echeandía.

El universo de estudio considerado para este estudio fue la Población Económicamente Activa el Ecuador, sesgando a la misma con la opción de empleo adecuado o pleno, debido a la capacidad de poder realizar turismo de manera frecuente, por alguna estabilidad laboral o ingresos económicos que permiten fomentar el desplazamiento dentro del país, este grupo está conformado por 2'937.706 personas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador, 2024). Utilizando la fórmula propuesta por Sierra Bravo (1994) al 5% de margen de error, se obtuvo una muestra de 384 personas. Los datos obtenidos se procesaron utilizando herramientas estadísticas, y a continuación se detallan los principales hallazgos.

Tabla 6. Perfil demográfico del público encuestado

Table 6. Demographic profile of the surveyed public

Categoría	Detalle	Porcentaje
Edad	45 a 54 años	33%
	33 a 44 años	29%
Género	Femenino	70%
Procedencia	Guayaquil	33%
Nivel de estudios	Superior	45%
Tipo de trabajo	Empleado público	42%
	Empleado privado	30%

Según los datos obtenidos, el segmento de mayor relevancia está conformado por personas de 45 a 54 años (33%), seguido por el grupo de 33 a 44 años (29%). Esto sugiere una mayor receptividad hacia experiencias culturales y vivenciales en estas edades. Además, el 70% de la muestra corresponde al género femenino, lo que indica que las actividades, los productos y la comunicación del servicio deben alinearse con las expectativas e intereses de este grupo. Este enfoque permite maximizar el atractivo de la oferta al considerar las características demográficas predominantes.

Por otro lado, el 33% de los participantes proviene de Guayaquil, destacando a esta ciudad como un mercado prioritario para la promoción del proyecto. El 45% de los encuestados posee un nivel de

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en
Echeandía, Ecuador

educación superior, esto sugiere que el taller debe incluir contenido educativo y experiencias inmersivas que resalten el valor cultural y patrimonial de la caña de azúcar. En cuanto a la ocupación, el 42% trabaja en el sector público y el 30% en el privado, lo que puede influir en las estrategias de marketing y en la planificación de horarios y actividades.

Tabla 7. Forma de viaje del público encuestado

Table 7. Respondent's travel mode

Categoría	Detalle	Porcentaje
Propósito de viaje	Visita a familiares	47%
	Vacaciones	28%
Presupuesto diario de viaje	Entre \$100,00 a \$150,00	48%
Acompañamiento de viaje	Con familia	45%
	Con pareja	36%
Organización de viaje	Independiente	75%
Actividades de viaje	Visitas culturales	42%
	Gastronomía tradicional	26%
Medios de información para viajes	Redes sociales	60%

Según los datos, el 47% de los encuestados realiza visitas con fines de encuentro familiar, mientras que el 28% lo hace por vacaciones. Esto sugiere que el proyecto puede captar la atención de estos segmentos ofreciendo experiencias que combinen recreación y valores tradicionales. Además, el presupuesto diario de los turistas, que en un 48% oscila entre \$100 y \$150, indica la necesidad de desarrollar una oferta accesible que se integre dentro de esta capacidad de gasto. La preferencia por viajar en familia (45%) o en pareja (36%) resalta la importancia de crear actividades inclusivas y adaptadas a grupos pequeños, fortaleciendo la propuesta vivencial y cultural en los cañaverales.

Por otra parte, la organización independiente del viaje, destacada por el 75% de los encuestados, y el uso predominante de redes sociales (60%) como fuente de información, subrayan la relevancia de una estrategia de comunicación digital sólida que promueva el restaurante-taller y su oferta integradora. En cuanto a las preferencias, las visitas culturales (42%) y la gastronomía tradicional (26%) emergen como los intereses principales, lo que refuerza la pertinencia de articular este servicio con experiencias interactivas en los cañaverales y la presentación a través de showrooms, los souvenirs locales derivados de la caña de azúcar.

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

Tabla 8. Motivaciones para visitar Echeandía del público encuestado

Table 8. Motivations for visiting Echeandía of the surveyed public

Categoría	Detalle	Porcentaje
Deseo de conocer Echeandía	Si gustaría	52%
Actividades por realizar	Experiencias vivenciales	42%
	Recorridos en la naturaleza	34%
Aprendizaje sobre cultivo de caña de azúcar	Si genera interés	82%
Degustación de platillos gastronómicos en base a la caña de azúcar	Si genera interés	74%
Interés en aprender sobre elaboración de platillos gastronómicos	Si gustaría	68%
Adquisición de suvenires locales en base a la caña de azúcar	Si genera interés	72%

El análisis de mercado revela un interés significativo en la implementación de un restaurante-taller temático sobre la caña de azúcar en Echeandía, destacándose como una excelente oportunidad para diversificar la oferta turística del cantón como de la provincia. Un 52% de los encuestados manifestó su disposición a visitar el cantón, y un 82% de estos, expresó interés en aprender sobre el cultivo de la caña de azúcar, subrayando la importancia de incluir actividades educativas y vivenciales en el proyecto. Asimismo, un 42% mostró preferencia por experiencias inmersivas y un 34% por recorridos en la naturaleza, reforzando la necesidad de integrar dinámicas que conecten al visitante con el potencial entorno natural que posee el territorio.

La oferta gastronómica también resulta altamente atractiva, con un 74% de los encuestados interesados en degustar platillos elaborados a base de caña de azúcar y un 68% deseoso de aprender su preparación. Esto resalta la importancia de diseñar talleres culinarios como parte del concepto del restaurante temático. Además, el interés del 72% en adquirir suvenires locales elaborados con productos derivados de la caña evidencia una oportunidad para incorporar un showroom que valore y comercialice las creaciones de actores locales.

Con la finalidad de identificar tendencias emergentes, comportamiento del mercado, destinos con características similares a Echeandía, se realizó un análisis de competencia, recopilando información bibliográfica tomada de documentos oficiales desarrollados por entidades públicas respecto a diferentes territorios considerados como competidores claves que comparten una oferta similar al

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

cantón (B. López et al., 2023). Para esto, se trabajó en una matriz comparativa en la que se utilizó la escala de Likert (1 muy bajo a 5 muy alto), empleando los siguientes criterios de evaluación:

- Ubicación y accesibilidad, facilidad para que los turistas accedan al territorio o negocio.
- Atractivo turístico, nivel de interés de las experiencias ofrecidas (naturaleza, cultura, talleres).
- Diferenciación en oferta gastronómica, uso de ingredientes locales, creatividad, y originalidad de los platillos.
- Integración con la comunidad local, participación de productores, artesanos y actores locales en las actividades.
- Relación calidad-precio, percepción del valor entregado respecto al costo de los servicios.
- Promoción y visibilidad, estrategias de marketing, redes sociales y posicionamiento en el mercado.
- Sostenibilidad, implementación de prácticas ecológicas y sostenibles en sus actividades.

Teniendo los siguientes resultados:

Tabla 9. Análisis de competencia con territorios que poseen características similares

Table 9. Competitive analysis with territories that have similar characteristics

Criterio de evaluación	Salinas de Guaranda	Facundo Vela	Caluma
Ubicación y accesibilidad	5,00	3,00	2,00
Atractivo turístico	4,00	2,00	2,00
Diferenciación en oferta gastronómica	3,00	4,00	5,00
Integración con la comunidad local	5,00	3,00	3,00
Relación calidad-precio	4,00	4,00	4,00
Promoción y visibilidad	5,00	2,00	2,00
Sostenibilidad	4,00	1,00	1,00
Total	4,29	2,71	2,71

Salinas de Guaranda sobresale como el destino más competitivo, alcanzando un puntaje promedio de 4,29 y clasificándose como "muy alto". Destaca particularmente en criterios como ubicación y accesibilidad, integración con la comunidad local, y promoción y visibilidad, reflejando una oferta bien diferenciada y sostenible. En contraste, Facundo Vela y Caluma presentan puntuaciones

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

promedio de 2,71, ubicándose en un nivel "medio". Ambos destinos muestran carencias significativas en sostenibilidad y promoción, lo que limita su capacidad para competir en el mercado turístico. No obstante, Caluma destaca en diferenciación gastronómica, mientras que Facundo Vela muestra una evaluación equilibrada en relación calidad-precio.

De este modo, Salinas de Guaranda se destaca como una competencia directa, mientras que Caluma y Facundo Vela se consideran como ofertas indirectas o complementarias. Por lo tanto, se debe plantear el diseño de estrategias de desarrollo turístico adaptadas a las características y el potencial de cada destino, promoviendo así una oferta más equilibrada y competitiva.

Valor agregado e innovación

La implementación de un restaurante-taller temático basado en la caña de azúcar en Echeandía se considera una estrategia fundamental para impulsar la innovación y diversificar la oferta turística del cantón y la provincia. Esta propuesta tiene como objetivo articular la riqueza cultural, natural y gastronómica local con las demandas del mercado, proporcionando experiencias vivenciales que valoren la identidad del territorio.

El uso del lienzo Canvas Board ha sido esencial debido a su versatilidad y adaptación a cualquier idea, ya que permite una organización estructurada de los elementos clave del negocio, teniendo un enfoque de creación estratégica que captura el valor de innovación para la propuesta (Sánchez & Arellano, 2017), de esta manera, asegurando que cada componente esté alineado con las necesidades que requieren ser satisfechas por los turistas.

Tabla 10. Uso del lienzo de Canvas Board para la esquematización del modelo de negocio de un restaurante – taller temático en Echeandía

Table 10. Use of the Canvas Board for the schematization of the business model of a restaurant - thematic workshop in Echeandía

Bloques	Análisis y descripción
Propuesta de valor	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer una experiencia única e inmersiva que combina manifestaciones culturales - tradicionales y la historia de la caña de azúcar a través de talleres vivenciales, recorridos en cañaverales y degustaciones gastronómicas. Mostrar el proceso de cultivo, producción y transformación de la caña de azúcar en sus productos derivados. Comercializar suvenires innovadores elaborados por actores locales a partir de los derivados de la caña de azúcar.
Segmento de clientes	<ul style="list-style-type: none"> Turistas nacionales, especialmente de Guayaquil (33% de procedencia identificada).

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

Bloques	Análisis y descripción
Canales	<ul style="list-style-type: none"> • Personas de 33 a 54 años (62% del mercado objetivo). • Personas que viajen en familias o parejas. • Personas que se encuentren motivadas a viajar por la cultura, la gastronomía tradicional y las actividades al aire libre. • Redes sociales (60%) como principal medio de información y promoción. • Sitio web oficial con información sobre actividades, reservas y compra de suvenires. • Alianzas con establecimiento de servicios turísticos (alojamiento e intermediación turística). • Participación en ferias de turismo a nivel provincial y nacional. • Interacción personalizada en talleres y recorridos. • Encuestas de satisfacción y retroalimentación al finalizar las actividades.
Relación con los clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Promociones para visitantes recurrentes y paquetes familiares. • Creación de una comunidad en redes sociales mediante contenido atractivo y educativo. • Venta de entradas para talleres y recorridos en cañaverales. • Comercialización de suvenires elaborados por artesanos locales.
Fuentes de ingreso	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo en el restaurante de platillos tradicionales basados en la caña de azúcar. • Paquetes turísticos personalizados. • Infraestructura del restaurante-taller y acceso a los cañaverales. • Capital humano certificado en gastronomía, guianza turística y promotores culturales.
Recurso clave	<ul style="list-style-type: none"> • Red de artesanos locales para la elaboración de suvenires. • Equipamiento para talleres y degustaciones. • Presencia activa en plataformas digitales. • SENADI (registro de marcas locales y propiedad intelectual de recetas médicas o gastronómicas). • Elaboración y promoción de un menú temático. • Fortalecimiento de las capacidades locales en buenas prácticas de manufactura.
Actividad clave	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de negocios. • Branding y packaging de los productos elaborados. • Estrategias de marketing, promoción y posicionamiento. • Búsqueda y análisis de alianzas estratégicas.

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

Bloques	Análisis y descripción
Socios clave	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en workshops, rueda de negocios ferias y eventos. • Renovación de equipos e indumentaria de la infraestructura productiva. • Comercialización: <ul style="list-style-type: none"> - Tour operadores y agencias de viajes a nivel provincial y nacional. - Establecimientos que prestan servicios turísticos de alojamiento. <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores: <ul style="list-style-type: none"> - Productores locales de caña de azúcar. - Artesanos locales para la elaboración de productos derivados de la caña. <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones Públicas: <ul style="list-style-type: none"> - MINTUR - IEPS - GADP Bolívar. - GADMC Echeandía.
Estructura de costos	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión inicial en infraestructura y equipos. • Gastos operativos: salarios, materia prima, mantenimiento. • Costos de marketing y promoción digital. • Desarrollo y producción de suvenires. • Fortalecimiento de capacidades técnicas constante para el personal. • Registro de marca locales y propiedad intelectual.

El modelo de negocio propuesto tiene como objetivo ofrecer una experiencia inmersiva que combine las manifestaciones culturales, la historia de la caña de azúcar y el entorno natural que posee Echeandía. Mediante talleres vivenciales, recorridos en cañaverales y degustaciones gastronómicas, los turistas tendrán la oportunidad de conocer el proceso de cultivo y transformación de la caña. Además, se promoverá la comercialización en un espacio a manera de showroom del restaurante – taller, dedicado netamente a los suvenires derivados de la caña de azúcar elaborados por artesanos locales, lo que fomente la participación de la comunidad y la valorización de los saberes tradicionales. Este enfoque está dirigido a un segmento específico de turistas nacionales, principalmente de Guayaquil, y personas entre 33 y 54 años, que viajan en familia o pareja., se plantea que las actividades se promocionen principalmente a través de redes sociales, el sitio web oficial y alianzas con prestadores de servicios turísticos como alojamiento e intermediación a nivel provincial y nacional. La estructura de ingresos se basa en la venta de entradas a los talleres y recorridos, suvenires, platos gastronómicos tradicionales y paquetes turísticos. Además, se destaca la importancia de la

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en Echeandía, Ecuador

colaboración con artesanos locales, instituciones públicas y la planta turística para asegurar la sostenibilidad y el posicionamiento en el mercado.

Conclusiones

- La propuesta de implementación de un restaurante-taller temático teniendo como insumo principal a la caña de azúcar en el cantón Echeandía se presenta como una iniciativa con un alto potencial de innovación, respaldada por un interés significativo del mercado. El análisis realizado, identificó que un 82% de los encuestados muestra interés en aprender sobre el cultivo de la caña de azúcar, mientras que un 74% está dispuesto a degustar platillos elaborados a partir de este insumo. Este nivel de interés, valida la viabilidad de la propuesta e indica que responde a una necesidad que requiere ser satisfecha dentro del mercado turístico, lo que podría contribuir a la diversificación de la oferta en Echeandía y la provincia de Bolívar.
- Además, la implementación de esta idea de negocio combina la gastronomía, las manifestaciones culturales, la historia de la caña de azúcar con el entorno natural que posee el territorio, considerando a la misma como una estrategia innovadora que enriquecería la experiencia del visitante. Al ofrecer talleres vivenciales y recorridos en cañaverales, se promueve un enfoque educativo que no solo atrae a los turistas, sino que también fomenta la apreciación de la identidad cultural local. Esta sinergia entre educación y entretenimiento puede resultar en una práctica memorable que incentive a los turistas a compartir su estancia a sus conocidos o familiares, generando un efecto multiplicador en la promoción del destino mediante una estrategia de promoción tradicional como lo es el boca a boca.
- Otro aspecto relevante es el potencial de la propuesta para fortalecer la economía local, al trabajar de manera articulada e involucrar a artesanos en la elaboración de suvenires y en la oferta gastronómica, se generan ingresos para la comunidad y se promueve la valorización de los saberes tradicionales. Contribuyendo de esta manera a la sostenibilidad del entorno, dinamizando la economía local.
- Para maximizar la visibilidad de esta idea de negocio, se identifican estrategias de promoción efectivas, como el uso de redes sociales y la creación de un sitio web oficial, estas herramientas digitales son esenciales para atraer al segmento de turistas nacionales, especialmente aquellos provenientes de Guayaquil, que representan un 33% del mercado objetivo. La promoción a través de plataformas digitales no solo facilita el acceso a la

información, sino que también permite una interacción más directa con los potenciales visitantes, aumentando las posibilidades de conversión a turistas de Echeandía.

- Sin embargo, a pesar del interés y las oportunidades que presenta la propuesta, es fundamental considerar los desafíos que podrían afectar el turismo en el país, como la inseguridad, las falencias del sistema de salud pública y la desestabilización política. Por lo tanto, se debe considerar estrategias de mitigación y adaptación a la realidad que afronta Ecuador y que aseguren la sostenibilidad a largo plazo, garantizando que se pueda responder a las fluctuaciones del entorno socioeconómico.

Referencias

1. Acosta, J. (2017). LA GASTRONOMÍA ECUATORIANA UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO MEDIANTE LA PATRIMONIALIZACIÓN. 15(Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo | CONDET), 2. <https://core.ac.uk/download/pdf/235204323.pdf>
2. Arias, F. (2023). Investigación documental, investigación bibliométrica y revisiones sistemáticas. REDHECS, 31, 12. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9489470.pdf>
3. Astudillo, J., Villasante, T., Correa, F., Piedra, A., Cumbe, M., Andino, S., Guamán, G., Aucay, P., & Coello, E. (2015). Herramientas para la participación social. Revista Acordes, 7, 17. <https://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2015/11/GUIA-HERRAMIENTAS-PARA-LA-PARTICIPACION-SOCIAL.pdf>
4. Bravo Macias, M. A., Cruzatty Quijije, J. S., & Hermoza Robles, C. I. (2024). Impacto de la Inseguridad en el Sector Turístico de Ecuador. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 8(4), 8638–8662. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.13021
5. Campos, S., Cedeño, C., Palma, Y., & Campos, V. (2024). Solidarity Economy: The situation of community tourism in Ecuador Economía Solidaria: La situación del Turismo comunitario en Ecuador. Journal Scientific MQRInvestigar, 8(1), 5917–5933. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.1.2024.5917-5933>
6. Castillo, M., & Vásquez, J. (2022). LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO: UNA APROXIMACIÓN A LOS SERVICIOS Y LA COCREACIÓN DE

-
- EXPERIENCIAS. Turismo y Sociedad, 30, 25–49.
<https://doi.org/10.18601/01207555.n30.02>
7. Castro, J., Gómez, L., & Camargo, E. (2023). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI. *Tecnura*, 27(75), 140–174. <https://doi.org/10.14483/22487638.19171>
 8. CEPAL. (2017). Transporte aéreo como motor del desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe: retos y propuestas de política. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/3b1e7acc-2c7a-4968-9f5d-4c548cbf455f/content>
 9. Corporación Financiera Nacional B.P. (2024). Ficha Sectorial. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2024/07/Ficha-Sectorial-Turismo.pdf>
 10. Costa, M., Guerrero, A., & Pesantes, D. (2024). TURISMO SOSTENIBLE COMO POTENCIALIZACIÓN DEL TURISMO EN EL BUIJO HISTÓRICO. <https://nobilis.ube.edu.ec/index.php/nobilis/article/view/14>
 11. García, M., & Martínez, P. (2012). Guía práctica para la realización de trabajos fin de grado y trabajos fin de máster. Editum, 99. https://books.google.com.ec/books/about/Gu%C3%ADa_pr%C3%A1ctica_para_la_realizaci%C3%B3n_de.html?id=hItViMDHNZcC&redir_esc=y
 12. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Echeandía. (2022). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN ECHEANDÍA. https://www.echeandia.gob.ec/wp-content/uploads/2023/09/PDOT_ECHEANDIA_ALINEAMIENTO_2022.pdf
 13. Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M., Méndez, S., & Mendoza, C. (2014). Metodología de la Investigación, sexta edición. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
 14. Herrera, C., Villalva, M., Villalva, S., & Romero, E. (2024). Turismo Gastronómico en Riobamba, Ecuador: Un Análisis del Perfil del Visitante. 9(Polo de conocimiento), 747–773. <https://doi.org/10.23857/pc.v9i8.7723>
-

Innovación y sostenibilidad en productos derivados de caña de azúcar: Con enfoque al desarrollo turístico en
Echeandía, Ecuador

15. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador. (2024). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU). https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2024/Marzo/202403_Mercado_Laboral.pdf
16. López, B., Romero, O., Medrano, E., & Santillán, L. (2023). Análisis de la competencia y técnicas de evaluación. *Revista Científica Arbitrada de Investigación En Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 6, 117–119. <https://doi.org/10.46296/rc.v6i12edespoc.0166>
17. López, M. (2024). Turismo en Ecuador en 2024: un crecimiento sostenido con mirada a la sostenibilidad. https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/033921_turismo-en-ecuador-en-2024-un-crecimiento-sostenido-con-mirada-a-la-sostenibilidad.html
18. Lozano, L., Caicedo, J., Fernández, T., & Onofre, R. (2019). EL MODELO DE NEGOCIO: METODOLOGÍA CANVAS COMO INNOVACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS EMPRESARIALES. *Revista Ciencia e Investigación*, 4(2019). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3594015>
19. Martínez, J., Palacios, G., & Oliva, D. (2023). Guía para la revisión y el análisis documental: propuesta desde el enfoque investigativo. *Ra Ximhai*, 67–83. <https://doi.org/10.35197/rx.19.01.2023.03.jm>
20. MCCH. (2010). Cadena productiva comercial de la panela granulada.
21. Ministerio de Turismo. (2024). El Ministerio de Turismo presentó su Plan de Turismo 2024. <https://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-presento-su-plan-de-turismo-2024/#:~:text=Adem%C3%A1s%2C%20se%20desarrollar%C3%A1n%20seis%20Portafolios,la%20oferta%20tur%C3%ADstica%20gastron%C3%B3mica%20nacional.>
22. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2022). Turismo Interno - Portal de servicios. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/turismo-interno/>
23. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2024). Catastro turístico. <https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>
24. Moscoso, J. (2017). LOS MÉTODOS MIXTOS EN LA INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN: HACIA UN USO REFLEXIVO. *Cadernos de Pesquisa*, 47(164), 632–649. <https://doi.org/10.1590/198053143763>

25. Piguave, V. (2016). La investigación de mercados, un desafío en nuestra economía, mirada práctica y creativa. Editorial Mar abierto, 3. <https://munayi.uleam.edu.ec/wp-content/uploads/2021/11/la-investigacion-de-mercados.pdf>
26. Poggi, M. (2016). Los talleres participativos y las mesas de trabajo: el testeo de estrategias participativas que reúnen capacidades cognitivas colectivas. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.8554/ev.8554.pdf
27. Sánchez, G., & Arellano, A. (2017). UTILIZACIÓN DEL MODELO DE DIAGNÓSTICO CANVAS EN EL ANÁLISIS DE UN CASO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN MÉXICO. *Ciencias Administrativas - Universidad Nacional de La Plata*, 9, 29–3. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
28. Segura Ronquillo, S. C., & Ortiz Zambrano, R. M. (2024). Análisis post-pandemia y perspectivas de reactivación del sector turístico en la ciudad de Guayaquil, un destino de moda 2022. *Bolentín de Coyuntura*, 41, 9–19. <https://doi.org/10.31243/bcoyu.41.2024.2332>
29. Thomé-Ortiz, H., Bello Gómez, K., Mendivil, R. C., Villani, M. A., Roque, A., & Cobello, S. M. (2023). Turismo rural y COVID-19. *Siembra*, 10(1), e4396. <https://doi.org/10.29166/siembra.v10i1.4396>
30. Vallejo, A. (2024). OBTENCIÓN DE FIBRAS TEXTILES, A PARTIR DEL BAGAZO DE CAÑA DE AZÚCAR (*Saccharum officinarum*) GENERADO EN LA INDUSTRIA PANELERA DEL CANTÓN ECHEANDÍA. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/13058>
31. Varela, G. (2024). Análisis FODA. *ResearchGate*, 3. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.22646.41281>
32. Villamar, G. (2020). Promoción turística y el desarrollo sociocultural del cantón Echeandía provincia Bolívar, año 2019. <https://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/7926/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000105.pdf?sequence=1&isAllowed=y>