



Universidad Tecnológica Ecotec

Nombre de facultad:

Facultad de Estudios Globales y Hospitalidad

Nombre de proyecto de investigación:

“Eventos Gastronómicos y Turismo Interno en Ecuador: Un Estudio del Efecto de la Feria
Raíces en la Afluencia de Visitantes en la Ciudad de Guayaquil”

Carreras:

Licenciatura en Turismo y Hotelería

Licenciatura en Hotelería

Títulos a obtener:

Licenciada en Turismo y Hotelería

Licenciada en Hotelería

Autores:

Emilia Rossana Sotomayor Piguave

Eunice Gabriela Robles Velasco

Director de proyecto:

Cesar Santana Moncayo. Ph D.

Samboorondón, Ecuador

2025

DEDICATORIA

Emilia Sotomayor

Con admiración y cariño para mi familia.

A Dios, por ser mi guía constante, darme fortaleza en cada etapa de mi vida y permitirme alcanzar este logro.

A mi mamá, Roxana Piguave Haro, por su amor incondicional, su guía y su presencia en cada paso de mi camino.

A mi papá, Carlos Sotomayor Guerrero, por su apoyo permanente en mis proyectos y por creer siempre en mi educación y crecimiento.

A mi hermana, Daniela Sotomayor Piguave, por alegrarme cada día y motivarme a seguir adelante..

Eunice Robles

Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios, quien cada día me brinda la fuerza, y la sabiduría necesarias para seguir adelante y no rendirme ante los desafíos.

A mi esposo, Kevin Lázaro, por su apoyo incondicional, su confianza y por caminar a mi lado en cada etapa de este proceso.

A mis padres, Carlos Robles y Martha Velasco, por formarme con valores, por su amor, su acompañamiento constante, y por ser el pilar que me ha permitido convertirme en la mujer que soy hoy.

Y de manera muy especial, a mi hija Elena Lázaro Robles, quien, aun sin haber nacido, me ha acompañado con su presencia y se ha convertido en mi mayor motivación durante la realización de esta tesis.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por darnos salud, fortaleza y permitirnos culminar esta importante etapa de nuestras vidas. Expresamos un agradecimiento especial a nuestro profesor César Santana, por su paciencia, guía y apoyo constante durante el desarrollo del presente trabajo investigativo. Asimismo, agradecemos a los expertos entrevistados, Cecilia Jurado, Marcela Ron, Fiorella Ávila y Luis Valdez, quienes nos brindaron generosamente su tiempo, conocimientos y experiencia, aportando de manera significativa al fortalecimiento del análisis.

De igual manera, agradecemos a todos los profesores que, a lo largo de nuestra formación académica, nos enseñaron, orientaron y acompañaron, contribuyendo a nuestra preparación como profesionales y personas.

Certificado de revisión final



ANEXO No. 9

*PROCESO DE TITULACIÓN
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR*

Samborondón, 10 de diciembre de 2025

Magíster

Ana María Gallardo

Facultad de Estudios Globales y Hospitalidad

Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: EVENTOS GASTRONÓMICOS Y TURISMO INTERNO EN ECUADOR: UN ESTUDIO DEL EFECTO DE LA FERIA RAÍCES EN LA AFLUENCIA DE VISITANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para su elaboración, por lo que se autoriza a las estudiantes: SOTOMAYOR PIGUAVE EMILIA ROSSANA y ROBLES VELASCO EUNICE GABRIELA para que procedan con la presentación oral del mismo.

ATENTAMENTE,



César Santana Moncayo, Ph.D.
Tutor

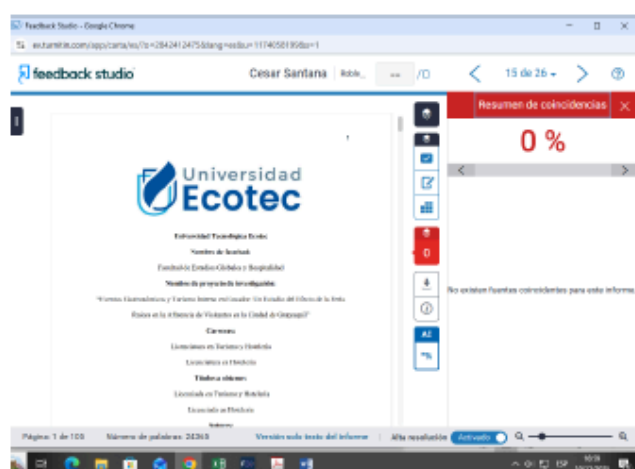
Certificado de Porcentaje de coincidencias de plagio



ANEXO No. 10

PROCESO DE TITULACIÓN CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Habiendo sido revisado el trabajo de titulación TITULADO: : EVENTOS GASTRONÓMICOS Y TURISMO INTERNO EN ECUADOR: UN ESTUDIO DEL EFECTO DE LA FERIA RAÍCES EN LA AFLUENCIA DE VISITANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL elaborado SOTOMAYOR PIGUAVE EMILIA ROSSANA y ROBLES VELASCO EUNICE GABRIELA fue remitido al sistema de coincidencias en todo su contenido el mismo que presentó un porcentaje del 0 % mismo que cumple con el valor aceptado para su presentación que es inferior o igual al 10% sobre el total de hojas del documento. Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.



ATENTAMENTE



Escanea el código QR para:
**CÉSAR AUGUSTO
SANTANA MONCAYO**
Código de verificación con el tiempo

César Santana Moncayo, Ph.D.
Tutor

Resumen

La presente investigación estudia la influencia de la Feria Gastronómica Internacional Raíces en la cantidad de turistas nacionales hacia la ciudad de Guayaquil desde sus inicios en 2014 hasta el presente año 2025. El trabajo parte del crecimiento del turismo gastronómico en Ecuador y del papel de los eventos culinarios como herramientas para dinamizar la economía, fortalecer la identidad cultural y atraer visitantes. A través de un enfoque cualitativo, la investigación combina entrevistas con organizadores e involucrados del evento junto con el análisis documental para identificar motivaciones, percepciones y niveles de satisfacción de los asistentes. El estudio permite describir la evolución de la feria, sus estrategias de posicionamiento y su rol en la promoción de la gastronomía ecuatoriana. Asimismo, se examina el comportamiento del visitante nacional, su procedencia y los principales factores de atracción durante las festividades julianas. La conclusión evidencia que Raíces contribuye a impulsar el turismo interno de la ciudad, diversificar la economía local y consolidar a Guayaquil como un destino gastronómico, al mismo tiempo que fortalece la cultura culinaria mediante la capacitación de emprendedores y la promoción de platos tradicionales.

Palabras clave: turismo interno, gastronomía, eventos gastronómicos, Feria Raíces, foodies, Guayaquil, afluencia de visitantes, identidad culinaria.

Abstract

This research examines the influence of the Raíces International Gastronomic Fair on the number of domestic tourists visiting the city of Guayaquil from its inception in 2014 to the year 2025. The study builds on the growth of gastronomic tourism in Ecuador and highlights the role of culinary events in stimulating the local economy, strengthening cultural identity, and attracting visitors. Using a qualitative approach, the research integrates interviews with organizers and key stakeholders, along with documentary analysis, to identify motivations, perceptions, and levels of satisfaction associated with the event. The findings describe the fair's evolution, its positioning strategies, and its contribution to promoting Ecuadorian cuisine. Additionally, the study explores the behavior of domestic visitors, their origins, and the main factors driving their attendance during the July festivities. The results show that Raíces has contributed to boosting domestic tourism, diversifying the local economy, and positioning Guayaquil as a gastronomic destination, while also reinforcing culinary heritage through training initiatives and the promotion of traditional dishes.

Keywords: domestic tourism, gastronomy, gastronomic events, Raíces Fair, foodies, Guayaquil, visitor influx, culinary identity.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	10
Planteamiento del Problema.....	12
Pregunta Científica de la Investigación.....	13
¿De qué manera la Feria Gastronómica Internacional Raíces ha influido en la cantidad de turistas nacionales hacia la ciudad de Guayaquil y cómo ha evolucionado su impacto a lo largo de los años?.....	13
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos.....	14
Justificación.....	14
Capítulo 1.....	16
Marco Teórico.....	16
1.1 Turismo y Su Evolución en el Contexto Actual.....	17
1.2. Turismo Gastronómico.....	18
1.3 Eventos Gastronómicos Como Herramienta de Dinamización Turística.....	19
1.4 Impacto Económico y Cultural del Turismo Interno.....	20
1.5 La Feria Gastronómica Internacional Raíces: Evolución, Características y Relevancia	21
Primera edición - 2014.....	22
Segunda edición - 2015.....	22
Tercera edición - 2016.....	23
Cuarta edición – 2017.....	24
Quinta edición – 2018.....	25
Sexta edición - 2019.....	26
Séptima edición - 2020.....	27
Octava edición - 2021.....	29
Novena edición - 2022.....	30
Décima edición - 2023.....	31
Décima primera edición - 2024.....	32
Décima segunda edición - 2025.....	33
Capítulo 2.....	35
Marco Metodológico.....	35
2.1 Enfoque de la Investigación.....	36
2.2 Alcance de la Investigación.....	36
2.3 Metodología Aplicada.....	37
2.3.1 Investigación Cualitativa.....	37
2.3.2 Delimitación.....	37
2.4 Población y Muestra.....	38
2.4.1 Población de Estudio.....	38
2.4.2 Muestra.....	38
Capítulo 3.....	40
Análisis e interpretación de resultados de investigación.....	40
Capítulo 4.....	47
Conclusiones y recomendaciones.....	47
Conclusiones.....	48

Recomendaciones.....	49
Referencias.....	52
Anexos.....	60
1.1. Entrevista a Organizadores.....	60
1.1.2. Objetivo de la Entrevista.....	60
Guía de Entrevista.....	60
Anexo 1: Transcripción de Entrevista a Marcela Ron - Coordinadora de Contenidos de Expoplaza.....	62
Anexo 2: Transcripción de Entrevista a Fiorella Ávila - Asesora Comercial de Expoplaza	72
Anexo 3: Transcripción de Entrevista a Cecilia Jurado - Gerente Comercial de Expoplaza.....	85
Anexo 4: Transcripción de Entrevista a Luis Valdez – Experto gastronómico de Cook & Chef School.....	94
Anexo 5: Fotos.....	101
Anexo 6: Observatorio Turístico de Guayaquil. Reporte de Feria Raíces 2022-2023. Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).....	105
TABLA 1.....	105
Tipo de Participantes – Comparativo 2022 vs. 2023.....	105
TABLA 2.....	105
Procedencia del Participante – Comparativo 2022 vs. 2023.....	105
TABLA 3.....	106
Asistencia y Acompañamiento – Comparativo 2022 vs. 2023.....	106
TABLA 4.....	106
Tipo de Acompañantes – Comparativo 2022 vs. 2023.....	106
TABLA 5.....	107
Satisfacción del Evento – Comparativo 2022 vs. 2023.....	107
TABLA 6.....	107
Aspectos a Mejorar – Comparativo 2022 vs. 2023.....	107
TABLA 7.....	108
Participantes Externos – Comparativo 2022 vs. 2023.....	108
TABLA 8.....	108
Hospedaje de Participantes Externos – Comparativo 2022 vs. 2023.....	108
TABLA 9.....	109
Gasto Promedio del Visitante Externo – 2022 (no disponible 2023).....	109
TABLA 10.....	109
Actividades y Atractivos Visitados – 2022 (no disponible 2023).....	109
Anexo 7: Figuras Reporte Feria Raíces 2025.....	111
Figura 1.....	111
Figura 3.....	112

INTRODUCCIÓN

La economía global se encuentra en un proceso de transformación caracterizado por un cambio en las preferencias de los consumidores, quienes otorgan mayor valor a las experiencias que a los bienes materiales de uso cotidiano, impulsando así la consolidación de la economía de la experiencia en diversos sectores, entre ellos el turismo y la gastronomía (Pine y Gilmore, 1998; Mariani y Okumus, 2022). En el tema gastronómico, estas experiencias abarcan desde actividades pausadas y relacionadas al enriquecimiento intelectual hasta eventos sociales centrados en la emoción, y el disfrute colectivo, lo que amplía la variedad de propuestas disponibles para distintos perfiles de públicos. Paralelamente, el turismo ha avanzado en la identificación y análisis de los tipos de experiencias que influyen en la evaluación y en los procesos de decisión de los visitantes, considerando factores tanto sensoriales como culturales y emocionales (Volo, 2009, 2021). En este escenario, las experiencias vinculadas al turismo gastronómico han cobrado un rol cada vez más relevante, no solo por su capacidad para crear conexiones significativas con el destino, sino también por su impacto económico, social y cultural, lo que ha despertado un interés creciente por parte de investigadores, gestores de destinos, organizadores de eventos y proveedores del sector (Mariani y Okumus, 2022; Williams et al., 2019).

Los sectores turísticos a nivel mundial han reconocido a la gastronomía como un factor fundamental para incentivar el desarrollo y ampliar la oferta de destinos, influyendo directamente en la elección de los visitantes y su proceso. El turismo en Ecuador se ha consolidado como una de las actividades de mayor relevancia en la economía nacional, ya que constituye uno de los principales sectores generadores de ingresos, junto con la exportación de camarón, cacao, plátano y banano (MINTUR, 2025). En este contexto, el país registró un ingreso de 827.581 viajeros no residentes en 2024 y 906.603 en 2025, lo que

representa un incremento del 9,5%, con Estados Unidos, Colombia y España como los principales países emisores de visitantes (INEC, 2025).

Dentro de este panorama, el turismo interno también ha cobrado protagonismo como una alternativa sostenible que contribuye al desarrollo económico local y a la revalorización cultural de los territorios. En este sentido, los eventos gastronómicos han surgido como espacios estratégicos que permiten dinamizar la economía, fortalecer la identidad culinaria y fomentar la movilidad de visitantes nacionales.

Entre estos, la Feria Gastronómica Raíces, celebrada anualmente en la ciudad de Guayaquil, se ha posicionado como un evento de renombre que promueve la cocina ecuatoriana, la innovación culinaria y la participación de pequeños y grandes emprendedores del sector. Su impacto trasciende lo gastronómico, al influir en la cantidad de turistas internos durante las festividades julianas y contribuir en su contribución al posicionamiento de Guayaquil como un destino cultural y gastronómico.

Por lo tanto, el presente estudio tiene como propósito analizar el efecto de la Feria Raíces en la afluencia de visitantes nacionales a la ciudad de Guayaquil, identificando su contribución al fortalecimiento del turismo interno y al desarrollo de la identidad gastronómica local.

La metodología de esta investigación adopta un enfoque cualitativo, donde se realizará un análisis documental de informes oficiales, publicaciones institucionales y antecedentes del evento, además de entrevistas semiestructuradas con actores clave vinculados a la organización de la feria, con el fin de recopilar información sobre motivaciones, percepciones y nivel de satisfacción de asistentes. Este enfoque permitirá construir una visión integral del impacto del evento en el turismo interno.

Planteamiento del Problema

En los últimos años la creciente relevancia de los eventos gastronómicos dentro de la oferta turística ha motivado a diversas ciudades a incorporarlos como estrategias para dinamizar la economía local, fortalecer la identidad cultural y atraer visitantes. En el caso de Guayaquil, según el criterio de las autoras del presente trabajo y corroborado empíricamente con la opinión de sus organizadores de Expoplaza, la Feria Gastronómica Internacional Raíces se ha consolidado como uno de los espacios más representativos durante las festividades julianas, impulsando la participación de emprendedores, chefs y público nacional. Sin embargo, aunque se reconoce su posicionamiento mediático y su presencia dentro del calendario cultural de Guayaquil, aún resulta necesario analizar con mayor profundidad el papel real que desempeña este evento en el comportamiento del turismo interno.

A pesar de la magnitud que ha alcanzado Raíces, no se cuenta con estudios que permitan evaluar de manera sistemática su impacto sobre la movilidad turística hacia la ciudad. Se desconoce, por ejemplo, si el aumento de visitantes durante las festividades julianas está directamente relacionado con la feria o responde a otros factores propios de la temporada. Del mismo modo, no existe claridad sobre cómo ha evolucionado el evento desde sus primeras ediciones ni sobre los cambios en el perfil de sus asistentes, el número de expositores, las actividades ofrecidas o el nivel de participación nacional.

Esta ausencia de información limita la capacidad de comprender su contribución al fortalecimiento del turismo interno y a la consolidación de Guayaquil como un destino gastronómico y cultural. La falta de análisis sistemáticos también dificulta la toma de decisiones por parte de organismos municipales, organizadores y actores del sector turístico,

quienes requieren evidencia para mejorar la planificación, identificar oportunidades de crecimiento y optimizar el impacto del evento.

Pregunta Científica de la Investigación

En fundamento de lo expuesto, se formula la siguiente pregunta de investigación:

¿De qué manera la Feria Gastronómica Internacional Raíces ha influido en la cantidad de turistas nacionales hacia la ciudad de Guayaquil y cómo ha evolucionado su impacto a lo largo de los años?

La elaboración de esta investigación responde a la necesidad de profundizar en el rol que cumplen los eventos gastronómicos dentro del turismo interno y de comprender cómo la Feria Raíces ha crecido, se ha transformado, adaptado y ha aportado al desarrollo y crecimiento turístico y cultural de la ciudad, obteniendo información útil que será necesaria para fortalecer su gestión, mejorar su alcance y aportar al posicionamiento de Guayaquil como un destino gastronómico. En función de ello, se establecen los siguientes objetivo general y objetivos específicos.

Objetivo General

Evaluar el papel de la Feria Gastronómica Internacional Raíces en el incremento de la afluencia de turistas nacionales a Guayaquil durante las festividades julianas, a través de la revisión histórica del evento y sus actores claves, identificando su contribución al dinamismo del turismo interno y al posicionamiento de la ciudad como destino cultural y gastronómico.

Objetivos Específicos

1. Describir la evolución de la Feria Gastronómica Internacional Raíces desde su creación hasta la actualidad, considerando su crecimiento en número de visitantes, participantes y actividades desarrolladas, explicando la relación entre cantidad de visitantes, lugares de origen y motivaciones.
2. Examinar cómo la feria ha sido percibida y valorada por expertos y organizadores, identificando los elementos gastronómicos, culturales y sociales que han impulsado su posicionamiento como un atractivo turístico relevante.
3. Analizar la relación entre la realización de la Feria Raíces y el incremento del turismo interno en Guayaquil, mediante el estudio de información recolectada en las diferentes ediciones del evento, identificando el atractivo gastronómico que representa para los visitantes nacionales.

Justificación

La Feria Gastronómica Raíces, realizada anualmente en Guayaquil, se ha consolidado como un espacio emblemático para la preservación y difusión de la cultura culinaria ecuatoriana, especialmente en el marco de las fiestas julianas. En los últimos años, este evento ha registrado un crecimiento significativo en la participación tanto de locales como de turistas internos, lo que plantea la necesidad de analizar cómo este fenómeno ha impactado en

la atracción de visitantes internos y externos hacia la ciudad. Sin embargo, a pesar de la relevancia de este acontecimiento, los estudios académicos que aborden de manera sistemática su influencia en el turismo interno son escasos, lo que justifica la pertinencia de esta investigación.

Como aporte teórico, nuestra investigación contribuirá al fortalecimiento del conocimiento en el campo del turismo cultural y gastronómico, al proporcionar un análisis que vincule directamente la organización y evolución de la Feria Raíces con el comportamiento del turismo interno y externo en Guayaquil. El estudio fue realizado por Benalcázar, H., Rodríguez Marín, F., y Guevara Plaza, A. (2024). “Turismo gastronómico en auge. Perfil del turista gastronómico en Cuenca (Ecuador)”, demuestra que la oferta culinaria local y la satisfacción del visitante generan efectos positivos en la economía y consolidan a los destinos como referentes culturales y gastronómicos. Esta investigación generará bases teóricas que enriquezcan la literatura sobre turismo gastronómico en el contexto ecuatoriano.

Como aporte metodológico la investigación servirá de referencia para el diseño y aplicación de metodologías que permitan evaluar el impacto de eventos gastronómicos en el turismo interno, a través de técnicas de recolección y análisis de datos que podrían ser replicadas en otros estudios similares en el país.

Los resultados de este estudio podrán orientar a las autoridades locales, organizadores y gestores turísticos sobre las estrategias más efectivas para potenciar el efecto de la Feria Raíces en la atracción de visitantes internos. Asimismo, permitirá identificar aspectos de mejora en la organización del evento y en la oferta gastronómica, fortaleciendo el posicionamiento de Guayaquil como un destino cultural y turístico.

Capítulo 1.

Marco Teórico

1.1 Turismo y Su Evolución en el Contexto Actual

A comienzos del 2020, todos los países se vieron afectados por una inesperada pandemia y para la cual, nadie se encontraba preparado. En Ecuador, en el mes de marzo del mencionado año, se declaró en estado de emergencia sanitaria causada por el COVID-19 provocando que se paralicen todas las funciones del país, cambiando la realidad para siempre. Debido a ello, el impacto se vio reflejado en la pérdida del ingreso de divisas extranjeras, los aforos limitados, cierre de fronteras y otras restricciones que se tomaron debido a la crisis sanitaria y la seguridad de los ecuatorianos, de acuerdo con el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2020).

Esta crisis afectó a la economía global y por ende, también al sector laboral turístico y todo lo que abarca, la hotelería, agencias y operadoras de viaje y el comercio minorista, incluso las comunidades que viven del turismo comunitario, a grupos vulnerables, jóvenes y trabajadores. Con el tiempo, las medidas se fueron haciendo más flexibles y la pandemia fue evolucionando, al igual que la actividad turística, la cual se fue adaptando a las nuevas tendencias del mercado y motivaciones de los turistas, buscando maneras de incentivar y promover el turismo nacional.

El turismo ha experimentado una transformación en los últimos años, dejando de centrarse únicamente en actividades recreativas para orientarse también en experiencias más auténticas y personalizadas. En su informe más reciente, Deloitte junto con Google subrayan que el turismo post pandemia se caracteriza por un viajero que prioriza la sostenibilidad, la vivencia cultural y el contacto real con los destinos que visita (Deloitte & Google, 2024).

La demanda turística según *TIS Global Tourism Summit* indica una inclinación clara hacia experiencias de mayor calidad, con énfasis en la cultura local y la innovación dentro de los destinos (TIS Global Summit, 2024). Estos cambios responden a una tendencia global en la que el turista contemporáneo busca actividades que le permitan conectar con el lugar, más

allá de una visita superficial.

Un estudio internacional de Tourism & Society Think Tank confirma que las preferencias actuales de los turistas se orientan hacia actividades culturales, gastronómicas y de aventura, demostrando la transición hacia un turismo vivencial y orientado a la experiencia (Tourism & Society Think Tank, 2024). Esta evolución obliga a los destinos a adaptar su oferta turística con propuestas que generen valor, refuercen la identidad local e integren la participación de las comunidades anfitrionas.

1.2. Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico se ha consolidado como uno de los segmentos más dinámicos dentro del turismo cultural, debido a su capacidad para integrar identidad, tradición y experiencias sensoriales. De acuerdo con la UNWTO (2023), la gastronomía se ha convertido en un elemento central para el desarrollo de los destinos turísticos al conectar la cultura local con la experiencia de viaje. Esta tendencia se ha intensificado tras la pandemia, ya que los turistas buscan vivencias más auténticas. Varios estudios recientes señalan que los turistas interesados en la gastronomía no solo van a probar comida, sino que también quieren conocer la historia, el trabajo y las tradiciones que hay detrás de cada plato. Según el estudio de Turismo gastronómico realizado por André A. Moura, Maria do Rosário Mira y Ana Rita Teixeira (2025), el viajero gastronómico o “foodies” valoran mucho los productos propios de cada lugar, sus recetas tradicionales y la autenticidad de las experiencias. Por eso, los eventos gastronómicos se convierten en una herramienta importante para promocionar un destino.

Según el Basque Culinary Center (2024), las ferias gastronómicas se han convertido en espacios importantes para mover la economía de las ciudades, impulsar nuevas ideas en la cocina y atraer a visitantes interesados en la comida y cultura local. Estos eventos también

ayudan a que las ciudades sean más conocidas a nivel internacional y refuerzan su identidad culinaria al combinar tradición con propuestas modernas.

El turismo gastronómico no solo impulsa el desarrollo turístico, sino que también promueve la valorización del patrimonio alimentario, la preservación de prácticas culinarias locales y la articulación de redes entre productores, chefs, emprendedores y gobiernos locales.

1.3 Eventos Gastronómicos Como Herramienta de Dinamización Turística

Los eventos gastronómicos se han consolidado como una estrategia efectiva para fortalecer la actividad turística, ya que funcionan como vitrinas culturales donde se une la tradición, innovación culinaria y oferta experiencial. En los últimos años, estos festivales o ferias gastronómicas se han posicionado como espacios capaces de atraer visitantes, dinamizar la economía local y reforzar la identidad de los destinos. Según Barzallo-Neira (2025), los turistas gastronómicos valoran especialmente la autenticidad cultural, los productos locales y las experiencias completas. Esto convierte a los eventos gastronómicos en una herramienta clave para promover los destinos turísticos.

Los estudios más recientes muestran que los festivales gastronómicos no solo ayudan a dar a conocer la comida típica de un lugar, sino que también fortalecen la marca de la ciudad y aumentan su visibilidad como destino. Por ejemplo, Fernández, Uribe Lotero y Pérez Gálvez (2024) encontraron que los festivales culinarios en Latinoamérica —como el caso de la Feria Raíces en Guayaquil— logran atraer visitantes nacionales, generar gasto en alojamiento y conectar a emprendedores locales con el turismo.

Los eventos gastronómicos generan un gran impacto social, ya que fomentan la colaboración e integración de comunidades, la recuperación de recetas tradicionales y la

interacción directa entre visitantes, expositores y locales. Como indican Suárez Rodríguez, de la Rosa Patiño y Rosales Díaz (2024), los festivales culinarios pueden convertirse en plataformas de desarrollo sostenible si incorporan prácticas responsables, apoyan cadenas cortas de producción y valoran el patrimonio alimentario. En este sentido, los eventos gastronómicos se presentan como una herramienta clave para dinamizar el turismo, al reforzar la identidad cultural, promover la innovación en la cocina y atraer visitantes que buscan experiencias sensoriales y culturales únicas. Esta relevancia estratégica se intensifica en ciudades que desean posicionarse como destinos gastronómicos emergentes, tal como es el caso de Guayaquil con la Feria Gastronómica Internacional Raíces.

1.4 Impacto Económico y Cultural del Turismo Interno

El turismo interno no solo tiene un valor social y cultural, sino que también representa una fuente importante de ingresos para la economía local. En Ecuador, según el Informe Anual del Ministerio de Turismo 2024, el turismo nacional ha experimentado una recuperación notable en términos de gasto y movilización de personas (Ministerio de Turismo, 2025). Por ejemplo, durante los feriados nacionales del año 2022 se reportaron 482 millones de dólares en gasto turístico interno derivados de viajes nacionales, según datos oficiales del Ministerio, lo cual demuestra que el turismo local juega un rol estratégico en la economía ecuatoriana y en la sostenibilidad de la industria turística (Ministerio de Turismo, 2023).

Asimismo, según los registros del Ministerio de Turismo disponibles en su plataforma de “Turismo en cifras”, los movimientos turísticos internos permiten analizar patrones de visita por provincias, lo que evidencia la importancia de los viajes domésticos como una fuente constante de demanda para destinos no solo tradicionales, sino también emergentes (Ministerio de Turismo, s.f.). Desde el punto de vista cultural, el turismo interno contribuye a

la preservación de la identidad regional y al fortalecimiento del patrimonio local, pues muchos viajeros nacionales utilizan eventos como ferias gastronómicas para reconectar con tradiciones culinarias y prácticas comunitarias. La Feria Raíces, por su parte, puede entenderse como un catalizador cultural: no solo convoca visitantes nacionales, sino que refuerza la valoración de la cocina auténtica ecuatoriana y crea espacios de intercambio entre cocineros, emprendedores y público.

En términos de política pública, el *Informe Estado del Turismo 2023* del órgano regulador en Ecuador resalta la necesidad de impulsar el turismo interno a través de la descentralización y la articulación entre gobiernos locales para promover productos turísticos culturales y sostenibles (Competencias Ecuador, 2024). La movilización turística interna tiene un impacto directo en el desarrollo económico de las ciudades y territorios, pero también en la reafirmación cultural. Analizar cómo un evento como la Feria Raíces influye en estos procesos permite entender no solo su aporte financiero, sino también su potencial como plataforma para la identidad y la cohesión social.

1.5 La Feria Gastronómica Internacional Raíces: Evolución, Características y Relevancia

Un festival de sabores tradicionales conocido como Feria Raíces, se realiza anualmente en el mes de julio en la ciudad de Guayaquil, con motivo de la celebración de las fiestas patronales y del proceso fundacional de dicha ciudad. Desde su nacimiento en 2014, fue creada con la finalidad de rendir homenaje, impulsar y resaltar la gastronomía ecuatoriana local como un atractivo turístico durante las fiestas julianas. Este festival culinario busca motivar a pequeños y medianos emprendimientos a involucrarse en la mejora continua y promoción a futuro en el mercado, mediante capacitaciones previas y asesorías durante el proceso, concursos, donde pueden ser reconocidos con la Estrella de Oro (1er lugar), la

Estrella culinaria de Plata y la Estrella de Bronce como 2do y 3er lugar respectivamente, entre otras premiaciones. De acuerdo con Fiorella Ávila, asesora comercial de Expoplaza, Raíces no es solamente una feria comercial, es una feria con ambiente familiar, dónde existe asistencia de visitantes de todas las edades y distintos gustos, en un solo lugar que reúne sabores de casa.

Primera edición - 2014

Estratégicamente siempre se desarrolla entre las fechas del 24 al 27 de julio, en el horario de 10h00 hasta las 22h00 por las fiestas patronales de la ciudad. En su primera edición en 2014, se dio la inauguración protagonizada por el entonces alcalde de Guayaquil, Jaime Nebot, marcando el inicio de un proyecto gastronómico nacional como un atractivo turístico y cultural. En el evento participaron alrededor de 30 huecas, conocidas también como “huecas del sabor”, ofreciendo gran variedad de platos tradicionales ecuatorianos como el encebollado, bolón, fritada, caldo de salchicha, sanduche de chanco, entre otros. El primer ganador de la “Estrella de Oro” en la primera versión de la feria, fue la hueca llamada *El Pez Volador*.

La respuesta del público fue inmediata y positiva, solo en su primer día recibieron aproximadamente 30,000 visitantes (Expoplaza, 2014), mientras que en los últimos días tuvieron una recepción total de 58,000 personas (La Revista-El Universo, 2016). Este logro inicial evidenció el potencial del evento para atraer turismo interno y futuras ediciones.

Segunda edición - 2015

Para la segunda edición en 2015, tuvo mayor crecimiento dejando fructíferos resultados, superándose con 65.000 asistentes y sentando las bases de Raíces como un evento emblemático dentro del calendario festivo de la ciudad. (Raíces Que Crecen | la Revista | EL

UNIVERSO, 2016). En esta edición, la hueca ganadora del primer lugar lo obtuvo *Menestras de Pocha*, con el tradicional plato de arroz con menestra.

Además, gracias a la participación de las huecas, Raíces comenzó a ganar reconocimiento nacional, lo que incentivó la inclusión de nuevos emprendedores gastronómicos y la diversificación de la oferta culinaria. Con el paso de los años, la feria no solo aumentó en número de visitantes, sino que también expandió su alcance cultural y social, convirtiéndose en una plataforma para la innovación culinaria, la preservación de tradiciones y la promoción del turismo.

Tercera edición - 2016

Para 2016, Raíces volvió a posicionarse como uno de los eventos más esperados del mes de julio. Su tercera edición se llevó a cabo desde el 21 al 25 de julio, manteniendo su formato tradicional compuesto por tres pilares fundamentales: el Congreso Raíces, la Copa Culinaria del Ecuador y el Concurso de Huecas Tradicionales. Para ese año, la feria amplió su oferta gastronómica con la participación de 44 huecas seleccionadas, lo cual significó presentar mayor variedad de platos representativos de la cocina nacional.

Como parte de las incorporaciones más destacadas de esta edición fue la implementación de la “Zona de Producción y Conocimiento”, el cual, era un espacio diseñado para mostrar y enseñar a los visitantes acerca de técnicas culinarias profesionales. Aquí se desarrollaron talleres abiertos de chocolatería, panadería, helados artesanales y repostería, lo que fue una oportunidad para que los asistentes puedan aprender o fortalecer habilidades y compartir experiencias con profesionales gastronómicos.

Otro de los puntos más llamativos de la feria fue la “Ruta del Cacao”, acompañada de un museo gastronómico que permitió a los visitantes conocer la historia, proceso y la importancia del cacao en la identidad y economía ecuatoriana.

La respuesta de los asistentes volvió a superar todas las expectativas, al igual que las de los participantes, ya que para ellos representó un éxito por el nivel de ventas y recibimiento positivo del público. Durante los cinco días de la feria participaron alrededor de 70.190 personas, evidenciando un crecimiento constante y reforzando el impacto cultural y turístico del evento tanto para la ciudad como para el país (*Raíces Que Crecen | la Revista | EL UNIVERSO*, s. f.-b).

Cuarta edición – 2017

La edición 2017 de la Feria Raíces mantuvo su formato tradicional “Congreso Gastronómico, Copa Culinaria y concurso de Huecas”, pero también incorporó un atractivo que marcaría un antes y un después: el Salón de Chocolate, un espacio creado para mostrar la cadena productiva del cacao, uno de los ingredientes más representativos del Ecuador. Este espacio reunió demostraciones, degustaciones y exhibiciones de productores y artesanos, experiencia que más adelante daría origen a ChocoRaíces, una de las áreas más esperadas por el público en los años siguientes.

En el acto inaugural, el alcalde de Guayaquil de ese periodo, Jaime Nebot, resaltó la relevancia que había alcanzado la feria, mencionando que ya se ubicaba entre las más destacadas de la región por su constante evolución, su capacidad para innovar y su aporte al movimiento turístico y económico de la ciudad. Estas declaraciones reforzaron la idea de Raíces como un evento clave para la proyección gastronómica del destino.

Además, la feria siguió consolidando su impacto cultural ofreciendo espacios que acercaban a la ciudadanía a la tradición culinaria local. Reportes periodísticos de ese año subrayan que iniciativas como el Salón de Chocolate fortalecieron la identidad gastronómica y promovieron el valor del cacao ecuatoriano, reconocido a nivel internacional por su calidad (El Universo, 2017). De igual forma, la participación de emprendedores, chefs y productores permitió dinamizar la economía local y ampliar la visibilidad de la cocina guayaquileña como parte del atractivo turístico de la ciudad .

Quinta edición – 2018

Para el año 2018, la Feria Raíces dio un salto importante en su organización y alcance. En su quinta edición, el evento se trasladó a un espacio más amplio dentro del Centro de Convenciones Simón Bolívar, ocupando alrededor de 11.600 m², lo que permitió distribuir mejor los stands, crear zonas interactivas más cómodas y sumar nuevas actividades para los asistentes. En esta edición participaron 38 huecas de Guayaquil y 2 provenientes de otras provincias, una señal clara de que cada vez más emprendimientos gastronómicos veían en la feria una oportunidad para mostrar su trabajo ante un público diverso y numeroso.

El espacio ChocoRaíces también tuvo un papel destacado ese año nuevamente, ahí se realizaron demostraciones sobre el proceso del cacao, muestras artesanales y actividades educativas que resaltaban el valor del cacao. Este componente no solo atrajo la atención del público, sino que fortaleció el vínculo entre la gastronomía ecuatoriana, la identidad local y el potencial turístico asociado a los productos emblemáticos del territorio.

Otro de los momentos más esperados fue la Copa Culinaria de Ecuador, que ya se había consolidado como un sello propio de la feria. En este concurso, chefs profesionales y estudiantes compitieron utilizando únicamente ingredientes nacionales, lo que permitió

resaltar el talento creativo de los participantes y, al mismo tiempo, promover la riqueza culinaria del país. Para muchos jóvenes cocineros, esta plataforma se convirtió en una oportunidad para darse a conocer y fortalecer su formación. La edición 2018 reafirmó a Raíces como un espacio que une cultura, aprendizaje, innovación y turismo. Su crecimiento continuo la posicionó como uno de los eventos gastronómicos más influyentes del Ecuador y un referente para la promoción de la cocina nacional.

Sexta edición - 2019

La edición 2019 de la Feria Gastronómica Internacional Raíces marcó un nuevo avance en la consolidación del evento como uno de los encuentros culinarios más importantes del país. Por sexto año consecutivo, la feria reunió a los principales actores de la gastronomía local en el Centro de Convenciones de Guayaquil, en un espacio de aproximadamente 12.000 m² que abrió sus puertas del 24 al 28 de julio, contando con aproximadamente 70.000 asistentes. La organización contó con el respaldo de la Alcaldía de Guayaquil, la Empresa Pública Municipal de Turismo y Promoción Cívica, Expoplaza, así como de las distintas escuelas gastronómicas e instituciones de educación superior vinculadas al turismo.

En esta edición participaron 40 huecas, entre ellas 28 nuevas propuestas locales, así como ganadores de ediciones anteriores y establecimientos invitados de otras provincias. Todas compitieron por las Estrellas Culinarias de Oro, Plata y Bronce, un reconocimiento que ya forma parte del atractivo central de Raíces (Ecuavisa, 2019).

El Congreso Raíces fue otro de los puntos fuertes del evento, ofreciendo ocho conferencias inspiradoras dictadas por cuatro chefs nacionales y cuatro internacionales, entre ellos figuras reconocidas como Iñaki Murua y Carolina Sánchez, quienes han sido distinguidos con una Estrella Michelin. También participó el mexicano Eduardo Jiménez,

docente de panadería del Basque Culinary Center. Al congreso asistieron más de 450 estudiantes y profesionales, convirtiéndose en un espacio de formación especializada y encuentro entre referentes de la industria gastronómica. Complementando estas actividades, se realizaron talleres gastronómicos exclusivos, donde los asistentes pudieron cocinar directamente junto a chefs internacionales, en sesiones prácticas que combinaban técnica, creatividad y asesoría personalizada.

Raíces también fue sede de dos importantes competencias culinarias de talla mundial: las Eliminatorias Ecuatorianas del Bocuse d'Or, consideradas una de las competencias más prestigiosas del planeta, y las pruebas nacionales para la Coupe du Monde de la Pâtisserie, el certamen de pastelería más reconocido a nivel internacional. Ambas actividades reunieron a equipos ecuatorianos en jornadas de alta exigencia técnica y creatividad.

Además, durante la misma semana se desarrolló la Feria de Guayaquil 2019, un evento paralelo que combinó música, gastronomía y actividades culturales. En este espacio participaron nueve huecas, incluidas algunas ganadoras de ediciones anteriores de Raíces, reafirmando la influencia del festival en otros eventos gastronómicos y culturales de la ciudad (El Universo, 2019). En conjunto, la edición 2019 fortaleció a Raíces como un motor cultural y turístico para Guayaquil, promoviendo el talento local, ampliando su impacto educativo y reforzando su posicionamiento como referente culinario en Latinoamérica.

Séptima edición - 2020

No es sorpresa que uno de los sectores económicos más afectados por la crisis sanitaria COVID-19, haya sido el turismo, debido a que la constante circulación de turistas era considerada como una de las principales fuentes de contagio (Félix y García, 2020) e implicaba un conflicto y preocupación a nivel global, sobre todo por la seguridad, el confinamiento y cambio radical de actividades.

Debido a las circunstancias, la feria se llevó a cabo meses después por primera vez, específicamente desde 8 al 11 de octubre, empleando medidas de bioseguridad para todos los asistentes e involucrados. Entre las medidas aplicadas a mencionar fueron el uso de mascarillas, límite de aforo donde solo se permitía ingresar a la vez 2.327 personas, ubicación de 800 sillas en el interior y 140 en el exterior (Sotomayor, 2020) para mantener el distanciamiento, desinfección de manos y calzado y la toma de temperatura, se concluyó la feria con un aproximado de 15.000 asistentes (Vistazo, 2020). En esta séptima edición de la feria participaron 27 huecas, incluidas las reconocidas previamente con las Estrellas Culinarias de Oro, Plata y Bronce, que exhibieron sus platos más representativos hasta el 11 de octubre en el Centro de Convenciones de Guayaquil. Entre las innovaciones del evento destacó la aplicación “Mis Huecas Raíces”, diseñada para facilitar pedidos con la opción de retiro en exteriores del recinto, según Cecilia Jurado, Gerente Comercial.

Uno de los stands más esperados fue Hornados de Sangolquí, ganador de la Estrella de Plata 2019, que este año presentó su Yapihornado, una preparación que fusiona tortilla de papa, maduro, choclo, aguacate, tostado, cuero de cerdo, chorizo ambateño y huevo frito. Su administradora, Ángela Oscullo, aseguró que el equipo se preparó para atender al público bajo estrictos protocolos sanitarios y mantener el sabor tradicional que los caracteriza. También promocionaron la Yapifritada, una propuesta creada a partir de la preferencia del público guayaquileño.

Durante el acto inaugural, Gloria Gallardo, directora de la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales, destacó que Raíces representa un símbolo de esperanza para la recuperación económica de la ciudad y, en particular, para el sector gastronómico. Por su parte, la alcaldesa Cynthia Viteri señaló que el año 2020 significó un desafío de resiliencia para Guayaquil, pero reafirmó la determinación de su gente para

salir adelante. Las entradas tuvieron un costo de \$1 para el público general y \$0.50 para adultos mayores, personas con discapacidad y niños.

Octava edición - 2021

La octava edición de la Feria Gastronómica Internacional Raíces marcó un paso importante en la recuperación del sector culinario y turístico de Guayaquil, después del impacto generado por la pandemia. Según la Empresa Pública Municipal de Turismo, este evento reunió a 24 huecas seleccionadas de varias partes de la ciudad, todas elegidas por su trayectoria y la calidad de sus platos representativos (Ecuador221, 2021). La feria se presentó como un espacio seguro y organizado, con protocolos sanitarios reforzados para permitir que el público pudiera disfrutar de la gastronomía local sin poner en riesgo su salud.

La directora de la Empresa de Turismo, Gloria Gallardo, destacó que la feria se convirtió en un mensaje de resiliencia y reactivación para el sector gastronómico, subrayando la importancia de seguir impulsando a los pequeños negocios y emprendimientos locales en un momento de recuperación económica (Sí Se Puede Ecuador, 2021). Esta visión se reflejó en la convocatoria abierta a más de cien huecas interesadas en participar, demostrando el interés creciente por formar parte de un evento que ha logrado consolidarse como un espacio de intercambio cultural y promoción del talento culinario de Guayaquil.

Además de su componente económico y gastronómico, Raíces 2021 mantuvo su enfoque en la identidad culinaria del país, promoviendo platos tradicionales y preparaciones que se han transmitido por generaciones. La participación de huecas emblemáticas fortaleció la relación entre tradición, territorio y turismo, convirtiendo la feria en una vitrina esencial para mostrar la diversidad y riqueza de la cocina ecuatoriana (Ecuador221, 2021). Gracias a

ello, el evento no sólo impulsó la reactivación comercial, sino que también reforzó el posicionamiento de Guayaquil como un destino gastronómico en constante crecimiento.

Novena edición - 2022

La novena edición de Raíces, celebrada del 7 al 10 de octubre de 2022 en el Centro de Convenciones de Guayaquil, reafirmó su papel como evento clave para la promoción de la gastronomía local y el turismo interno. En esta edición contaron con la presencia de 31.223 asistentes aproximadamente (Observatorio Turístico de Guayaquil, 2023). Participaron 25 huecas que compitieron por las Estrellas Culinarias de Oro, Plata y Bronce, demostrando la continuidad del certamen como una plataforma que reconoce tanto la cocina tradicional como la contemporánea (El Universo, 2022).

Este tipo de ferias no solo impulsan la oferta gastronómica, sino que también funcionan como espacios de encuentro cultural, al permitir exhibir la diversidad culinaria del país y fomentar redes entre emprendedores, chefs y consumidores. En 2022, la variedad de platos ofertados en Raíces desde ceviches, mariscos y preparaciones típicas hasta propuestas más elaboradas confirmó su rol como evento representativo de la identidad gastronómica guayaquileña (Vistazo, 2022).

Asimismo, la edición 2022 formó parte de las celebraciones octubrinas de la ciudad por motivo de su independencia, lo que añadió un valor simbólico al evento. En este contexto festivo, Raíces actuó como un engranaje cultural y turístico que contribuyó a la reactivación del sector gastronómico tras periodos de crisis (El Universo, 2022). Raíces 2022 ejemplifica cómo los eventos gastronómicos pueden convertirse en instrumentos de desarrollo turístico y cultural, integrando tradición, identidad, consumo y experiencia en un mismo espacio. La feria refuerza la noción de la gastronomía como atractivo turístico más allá de ser un servicio

y evidencia la relación entre cultura alimentaria, turismo interno y dinamización económica local (Ecuador en Directo, 2022).

Décima edición - 2023

La décima edición de Raíces fue oficialmente incluida en el programa de Fiestas Julianas de Guayaquil en 2023, reafirmando su relevancia como evento cultural y gastronómico de la ciudad. En esta edición hubo más de 31.000 asistentes (Observatorio Turístico de Guayaquil, 2023) y participaron 28 huecas, entre ellas locales consolidados y nuevos emprendimientos, lo que evidencia la amplitud y diversidad de la oferta gastronómica que representa a múltiples cocinas del país (Primicias, 2023).

Este evento no solo ofrece platillos tradicionales y contemporáneos, sino que se ha convertido en una plataforma para el emprendimiento, la innovación culinaria y la reactivación del sector gastronómico urbano. Muchos de los negocios participantes han resaltado la oportunidad de darse a conocer, proyectar su oferta a un público amplio y consolidar su posicionamiento en el mercado local (Extra, 2023).

Además, al formar parte del esquema festivo de julio, Raíces adquiere un valor simbólico importante: actúa como un componente cultural que promueve la identidad guayaquileña, fortalece la cohesión ciudadana y aporta al turismo interno durante una de las celebraciones más emblemáticas de la ciudad. La edición 2023 de Raíces demuestra cómo un festival gastronómico puede funcionar como instrumento de desarrollo turístico, cultural y económico, integrando tradición, innovación, identidad local y oportunidades para emprendedores, al mismo tiempo que contribuye al dinamismo social y a la proyección de Guayaquil como destino culinario (El Universo, 2023).

Décima primera edición - 2024

La edición 2024 de Raíces fue oficialmente inaugurada por el Municipio de Guayaquil como parte del calendario cultural, lo que demuestra su consolidación como evento gastronómico institucionalmente respaldado (Municipio de Guayaquil, 2024). Esta versión contó con la presencia de 24 huecas representativas de la cocina local, abriendo un espacio renovado para el intercambio cultural y la promoción del emprendimiento gastronómico (Municipio de Guayaquil, 2024).

El certamen ofreció una plataforma de visibilidad a negocios tradicionales y nuevos emprendedores, quienes con su oferta de platos típicos buscaban proyectarse hacia un público más amplio. Según Revista Zona Libre (2024), la Feria Gastronómica Raíces congregó 40.000 personas durante cuatro días en el Centro de Convenciones de Guayaquil. Para muchos participantes, Raíces 2024 representó una oportunidad de crecimiento y posicionamiento, impulsada por la dinámica de la feria y su alta concurrencia (Primicias, 2024). Además, la premiación de los mejores platos con las Estrellas Culinarias reforzó la valoración de la cocina local y estimuló la competencia creativa entre los expositores (Primicias, 2024).

La feria también retomó su papel de motor cultural y turístico dentro del contexto de las festividades locales, contribuyendo al rescate de tradiciones culinarias, a la activación del comercio urbano y a la generación de interacción social entre visitantes y cocineros. En este sentido, Raíces 2024 reafirma la capacidad de los eventos gastronómicos para fomentar el turismo interno, promover el patrimonio culinario y dinamizar la economía de Guayaquil.

Décima segunda edición - 2025

La décima segunda edición de la Feria Gastronómica Internacional Raíces, desarrollada entre el 24 y el 27 de julio de 2025, marcó el regreso de uno de los eventos culinarios más representativos de Guayaquil durante las festividades julianas. La feria, organizada por Expoplaza en coordinación con el Municipio de Guayaquil, volvió a abrir sus puertas celebrando la tradición, el orgullo y la esencia gastronómica ecuatoriana, elementos que se han mantenido como el sello característico del evento desde sus primeras ediciones.

En esta ocasión participaron 26 huecas, cada una con sus recetas tradicionales y propuestas culinarias emblemáticas, compitiendo por obtener la reconocida Estrella Culinaria de Oro. El plato ganador de esta edición fue el sánduche de chanco con aderezo casero de “El Café de Pepe”, una preparación que destacó por su mezcla de tradición y autenticidad, atributos que suelen resonar con el público y el jurado del certamen (Primicias, 2025).

Uno de los espacios más concurridos fue nuevamente “La Esnaqui de las Bielas”, un ambiente dedicado a cervezas artesanales y presentaciones en vivo, que este año contó con la participación de figuras populares como La Mofle. (Municipio de Guayaquil, 2025). Este espacio se ha consolidado como un atractivo adicional para los visitantes al combinar gastronomía, entretenimiento y cultura urbana, en una edición que reunió a más de 35 000 asistentes. (Reporte Feria Raíces, 2025).

La edición 2025 también reforzó su componente digital mediante el regreso del Reto Foodie, un desafío que reúne a influencers y chefs profesionales para crear contenido culinario y difundir la gastronomía local en redes sociales. Creadores como Ferxa Burgos, Victor León y Jefferson Merchán participaron activamente, generando contenido gastronómico con gran alcance en plataformas digitales, lo que contribuye al posicionamiento del evento entre audiencias más jóvenes. Además de las huecas competidoras, también

participaron establecimientos invitados que han sido ganadores en ediciones previas, como La Dura del Hornado, Don Quichi, Cangrejal Mayrita, Don Carlos y Asados de Pecho. Su presencia reafirma el impacto de Raíces en la consolidación de negocios gastronómicos locales, muchos de los cuales han amplificado su visibilidad y crecimiento gracias al reconocimiento obtenido en la feria (Primicias, 2025).

Como novedad, el Municipio de Guayaquil incorporó el stand “Adoptamos Humanos”, una iniciativa conjunta con la Dirección de Protección de los Derechos de los Animales que buscó promover la adopción responsable y sensibilizar al público sobre el bienestar animal. La inclusión de este espacio evidenció el interés del evento por integrar componentes sociales que trascienden lo gastronómico y fortalezcan la conexión comunitaria (Municipio de Guayaquil, 2025). Raíces 2025 reafirmó su papel como un evento que no solo celebra la cocina ecuatoriana, sino que impulsa el turismo interno, la interacción cultural, la innovación gastronómica y la visibilidad mediática de los emprendimientos culinarios guayaquileños.

Capítulo 2.

Marco Metodológico

2.1 Enfoque de la Investigación

El presente trabajo emplea un enfoque cualitativo, orientado a comprender en profundidad los elementos sociales, culturales y organizativos que han influido en el desarrollo y posicionamiento de la Feria Gastronómica Internacional Raíces (Creswell, 2021). Este enfoque se basa en la interpretación de significados y en la exploración de percepciones desde la perspectiva de los actores involucrados.

La investigación cualitativa incluirá el análisis de documentos oficiales, notas de prensa y contenido institucional, así como entrevistas semiestructuradas dirigidas a organizadores y participantes. Este proceso permitirá identificar los factores que han incidido en la evolución de la feria y su impacto en la identidad gastronómica y turística de Guayaquil.

El uso exclusivo de métodos cualitativos favorece una comprensión profunda del fenómeno estudiado, pues permite examinar discursos, experiencias y motivaciones en su contexto real, facilitando una interpretación holística del evento (Creswell, 2021).

2.2 Alcance de la Investigación.

La presente investigación se enmarca principalmente dentro de un alcance exploratorio-descriptivo, ya que busca estudiar un fenómeno poco abordado académicamente en Ecuador: el impacto de la Feria Gastronómica Internacional Raíces en la cantidad de turistas nacionales en Guayaquil. El enfoque exploratorio permite identificar y analizar de manera preliminar los factores que han impulsado el crecimiento del evento y su capacidad de atraer visitantes, proporcionando información útil para futuras investigaciones en el ámbito del turismo gastronómico (Hernández-Sampieri et al., 2018).

A su vez, el alcance descriptivo facilita medir el evento en términos de participación, número de visitantes, actividades y atractivos ofrecidos, así como describir la percepción de

los turistas internos sobre la feria y la ciudad. De esta manera, se definen las variables clave del estudio: afluencia de turistas nacionales, evolución de la feria y factores de atracción cultural-gastronómica.

Este enfoque permitirá identificar de manera integral la relación entre la Feria Raíces y el turismo interno, sin pretender establecer relaciones causales precisas, aunque sí podrá ofrecer indicios que orienten futuras investigaciones correlacionales o explicativas sobre el tema.

2.3 Metodología Aplicada

La metodología seleccionada es de enfoque cualitativo, centrado en la recolección y análisis de información proveniente de distintas fuentes especializadas para conseguir una visión completa del fenómeno estudiado.

2.3.1 Investigación Cualitativa

Se realizará un análisis documental de los informes de las ediciones anteriores de la Feria Raíces, notas de prensa y publicaciones oficiales medios de comunicación y Municipio de Guayaquil, Ministerio de Turismo, y datos informativos históricos otorgados por Expoplaza como organizadores del evento. Adicionalmente, llevarán a cabo entrevistas con organizadores y actores vinculados al evento para identificar factores, conocer estrategias de posicionamiento y su influencia en el turismo interno que han contribuido a su crecimiento y éxito con el pasar de los años.

2.3.2 Delimitación

La delimitación espacial del estudio se lleva a cabo en la ciudad de Guayaquil, específicamente en el Centro de Convenciones y Expoplaza, como espacio sede de la Feria

Gastronómica Internacional Raíces. Respecto a la delimitación temporal, este abarca el periodo entre 2014 y 2025, considerando sobre todo a las ediciones recientes del evento para observar cambios relevantes en la afluencia de turistas internos. Por otro lado, la delimitación temática, la cual se centrará en el impacto de la Feria en el turismo interno, excluyendo el turismo internacional y otros eventos gastronómicos distintos, para focalizar el análisis en este contexto específico.

2.4 Población y Muestra

2.4.1 Población de Estudio

La población, principalmente está conformada por visitantes nacionales que asisten a la Feria Gastronómica Internacional Raíces en la ciudad de Guayaquil. De acuerdo con los informes de su página web, el evento recibe aproximadamente 30.000 visitantes en cada edición, mismas cifras que se sobre la cual se aplicará el estudio. De esa manera, se considerará la participación de organizadores, quienes aportarán una perspectiva cualitativa sobre la gestión y el impacto del evento en el turismo interno.

2.4.2 Muestra

La muestra del estudio se definirá mediante un muestreo no probabilístico de tipo intencional, dado que la investigación cualitativa se centra en la selección de participantes que puedan brindar información y datos relevantes y significativos sobre el fenómeno estudiado (Creswell, 2021). En este sentido, la muestra incluirá organizadores del evento por parte de Expoplaza y expertos en la logística, quienes hayan estado vinculados a la Feria Gastronómica Raíces y que se encuentren disponibles para participar en las entrevistas. Todos fueron seleccionados por su conocimiento y experiencia directa con la Feria, ya que su

capacidad de ofrecer perspectivas diversas sobre su desarrollo, promoción, organización y posicionamiento en el calendario turístico de la ciudad resulta vital para poder estudiar la evolución del evento y su impacto en el turismo interno.

Para complementar el análisis documental se emplearon informes de fuentes oficiales y periodísticas, consideradas necesarias para poder contextualizar la información obtenida previamente.

Capítulo 3.

Análisis e interpretación de resultados de investigación

En el presente capítulo se reúnen todos los datos recopilados sobre el análisis histórico por medio de reportes oficiales y artículos periodísticos, de los Reportes del Observatorio Turístico de Guayaquil de las ediciones 2022 y 2023 (información detallada en Anexos), Reporte de Feria Raíces 2025 proporcionado por Expoplaza y las entrevistas realizadas a expertos vinculados en la planificación y promoción del evento, los cuales, permiten comprender la evolución de la feria, perfil de visitantes y en qué medida el evento aporta al turismo interno y posicionamiento de Guayaquil como destino gastronómico.

Los datos evidencian que Raíces se ha consolidado como un evento de alta afluencia y relevancia en Guayaquil, manteniendo una asistencia promedio superior a las 30.000 personas entre 2022 y 2023 y alcanzando en 2025 más de 35.000 visitantes en su 12.^a edición. Esta tendencia confirma el interés sostenido del público local y el progresivo posicionamiento del evento a nivel nacional.

Uno de los comportamientos más consistentes es el carácter familiar y comunitario de la feria. En 2022, el 85.88% de los participantes acudió acompañado, tendencia que continuó en 2023 con un 75.06%. Las categorías predominantes de acompañantes fueron la familia (61.56% en 2022 y 53% en 2023), seguidas por parejas y amigos. Este patrón coincide con los gráficos de la edición 2025, donde el 18% declara asistir como paseo familiar o entre amigos. Los datos confirman que Raíces funciona como una actividad social y recreativa, lo cual influye en su posicionamiento como evento seguro, accesible y de identidad local.

Los motivos de visita mantienen una fuerte relación con el componente gastronómico: en 2025, el 40% acude para conocer nuevas huecas y el 39% por novedades y lanzamientos de productos. Esto coincide con los hallazgos de las entrevistas, donde los organizadores destacan a Raíces como una vitrina para emprendedores culinarios y un espacio estratégico para la visibilización de huecas tradicionales. Asimismo, los datos cualitativos refuerzan que

la feria es percibida como un impulsor de la identidad culinaria guayaquileña y un punto de encuentro entre tradición e innovación.

A nivel demográfico, las ferias de 2022 y 2023 muestran predominio de visitantes locales (87.93% y 97.07%, respectivamente), mientras que los externos representan un porcentaje reducido, aunque con un alto nivel de satisfacción. Este comportamiento se confirma con la gráfica 2025 sobre zonas de procedencia, donde los asistentes provienen mayoritariamente del norte y sur de Guayaquil. La baja participación externa se relaciona con la reducida pernoctación: los visitantes externos reportaron en 2022 un promedio de 0.37 noches, lo cual indica que el evento aún no funciona como un motivador de estadías más largas ni como un atractivo turístico de pernoctación.

En cuanto a satisfacción, se observa un desempeño sólido: en 2022, el 96.13% de los asistentes locales recomendaría el evento, y en 2023 esta cifra asciende al 97.3%. De igual forma, quienes volverían a asistir alcanzan porcentajes superiores al 97% en ambos años. La edición 2025, mediante sus canales de comunicación, también destaca altos niveles de interacción y entusiasmo del público, lo cual refuerza la consistencia en la percepción positiva del evento.

Sin embargo, también emergen necesidades de mejora recurrentes. En los dos años analizados, los aspectos más señalados son los precios de las entradas, la promoción del evento y la calidad o variedad de las actividades. Para 2023, el 26.2% de los asistentes considera que debe mejorar la promoción, mientras que un 25.4% señala el costo de las entradas. Estos resultados son coherentes con las entrevistas, donde los organizadores reconocen la necesidad de fortalecer estrategias de marketing digital y diversificar las experiencias dentro de la feria para prolongar la estancia de los visitantes.

Una de las áreas con mayor potencial es la articulación turística. Los datos muestran que los visitantes externos realizan actividades complementarias principalmente relacionadas con la gastronomía local (71.02% en 2022), pero con una baja utilización de servicios turísticos organizados. Esto coincide con la observación de que Raíces funciona como un evento de viaje corto, más orientado al consumo cultural que al turismo de larga estancia. Se evidencia aquí una oportunidad para integrar operadores turísticos, museos y hoteles, generando rutas gastronómicas o paquetes que aumenten el impacto económico del evento.

Finalmente, el análisis de datos evidencia que la feria ha evolucionado positivamente en cuanto a oferta, modernización y presencia mediática. Los reportes oficiales de 2025 señalan más de 100 expositores, 24 huecas participantes, \$2.5 millones en free press y 12.000 m² de exposición, lo cual demuestra un crecimiento sostenido en posicionamiento de marca, participación privada y proyección nacional. La digitalización progresiva del evento y la promoción a través de plataformas visuales refuerzan este proceso, especialmente entre públicos jóvenes.

Desde la perspectiva de los organizadores, Raíces ha dejado de concebirse únicamente como un evento gastronómico puntual para posicionarse como una plataforma de desarrollo para el sector culinario local. En las entrevistas se destaca que uno de los principales objetivos de la feria es generar oportunidades reales de crecimiento para las huecas participantes, más allá de la venta durante los días del evento. Este enfoque explica la incorporación progresiva de procesos de selección más rigurosos y la exigencia de estándares mínimos de calidad, higiene y presentación.

Los entrevistados coinciden en que la implementación de programas de capacitación obligatoria representa uno de los mayores logros estructurales de la feria. Estas capacitaciones, enfocadas en manipulación de alimentos, atención al cliente, costos,

marketing digital y estandarización de recetas, han sido concebidas como un mecanismo de profesionalización del sector. Según los testimonios, varias huecas que iniciaron como pequeños negocios familiares lograron, tras su participación en Raíces, abrir nuevos locales, mejorar su imagen de marca y aumentar su reconocimiento en redes sociales y medios locales. Este impacto cualitativo se vincula directamente con los datos cuantitativos que muestran altos niveles de satisfacción y fidelidad del público.

Otro eje recurrente en las entrevistas es la evolución del concepto experiencial del evento. Los organizadores señalaron que, con el paso de los años, Raíces ha incorporado conscientemente actividades complementarias para fortalecer la experiencia del visitante, tales como retos gastronómicos, shows en vivo, circuitos culturales y espacios interactivos. Estas estrategias responden a la necesidad de mantener el interés del público joven y fomentar la participación activa, lo cual se refleja en los datos 2025, donde el 39% de los asistentes acudió motivado por lanzamientos y novedades. Las entrevistas revelan que estas decisiones no son improvisadas, sino resultado de evaluaciones post-evento y análisis de retroalimentación del público.

En relación con el perfil del visitante, los organizadores reconocen que Raíces mantiene un fuerte carácter local y familiar, lo cual es percibido como una fortaleza identitaria del evento. Sin embargo, también identifican este aspecto como un desafío desde la perspectiva turística, ya que la feria todavía no logra generar una motivación suficiente para incrementar la pernoctación de visitantes externos. Esta percepción cualitativa coincide con los datos de 2022 y 2023, donde el promedio de noches pernoctadas es bajo, y la mayoría de visitantes externos no utiliza servicios turísticos intermediados. Los entrevistados manifestaron que existe conciencia sobre esta limitación y que se han explorado alianzas con otros actores de la ciudad, aunque reconocen que aún se encuentran en una fase incipiente.

Los organizadores destacaron que la feria ha transitado de una promoción tradicional hacia un enfoque digital más visual y dinámico, apoyándose en redes sociales, contenido audiovisual e influencers gastronómicos. Este cambio responde al comportamiento de los asistentes, predominantemente adultos jóvenes y económicamente activos, segmento que consume y difunde experiencias gastronómicas a través de plataformas digitales. Los altos niveles de free press reportados en 2025 refuerzan esta estrategia y evidencian un posicionamiento mediático cada vez más sólido.

Los testimonios recogen una valoración positiva del impacto económico y social de la feria, no solo en las huecas participantes, sino también en proveedores, emprendedores, artistas y trabajadores vinculados al evento. Los organizadores coinciden en que Raíces ha generado un ecosistema gastronómico y cultural que trasciende los días de feria, posicionándose como un referente nacional y un modelo replicable para otros eventos gastronómicos en el país.

Los resultados muestran que la Feria Internacional Raíces se ha consolidado como uno de los principales referentes gastronómicos del país, no solo por su capacidad de convocatoria, sino también por su aporte a la promoción de la identidad culinaria de Guayaquil y al fortalecimiento de las huecas participantes. Los altos niveles de satisfacción, la intención de recomendación y la fidelidad del público evidencian que el evento cumple con su propósito de generar una experiencia positiva y significativa para los asistentes.

La Feria Raíces cumple un rol clave como evento gastronómico y cultural, pero su evolución depende de estrategias que permitan diversificar el perfil de los visitantes, extender su estadía en la ciudad y consolidar su vínculo con el turismo. De esta manera, se avanza hacia el cumplimiento de los objetivos de la investigación, demostrando que la feria tiene el

potencial de convertirse no solo en un espacio de celebración gastronómica, sino también en un motor de desarrollo turístico y económico para Guayaquil.

Capítulo 4.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

El desarrollo de la presente investigación permitió analizar de manera integral la relevancia de la Feria Internacional Raíces como un evento gastronómico, cultural y turístico de alto impacto para la ciudad de Guayaquil. A partir del análisis de información documental, datos estadísticos y entrevistas a los actores involucrados en la organización del evento, se evidencia que Raíces ha logrado consolidarse como un referente nacional, capaz de articular tradición culinaria, identidad local y dinamización económica.

La feria se ha posicionado como un espacio clave para la puesta en valor de la gastronomía popular, otorgando visibilidad a las huecas y emprendimientos tradicionales que forman parte del patrimonio culinario de la ciudad. Este proceso ha permitido que la gastronomía deje de ser únicamente una actividad comercial para convertirse en un elemento de identidad cultural y de orgullo colectivo, fortaleciendo el vínculo entre la comunidad local y su herencia gastronómica.

Desde una perspectiva turística, Raíces cumple un rol significativo en la movilización de visitantes, principalmente del ámbito local y nacional, lo que confirma su importancia dentro del turismo interno de Guayaquil. La alta participación de asistentes familiares y la fidelidad del público reflejan que el evento genera experiencias positivas y memorables. Sin embargo, el estudio también demuestra que el impacto turístico aún puede ampliarse, especialmente en lo relacionado con la captación de visitantes externos y la generación de estancias más prolongadas en la ciudad, lo cual representa una oportunidad estratégica para potenciar su contribución al destino.

Las entrevistas realizadas a los organizadores permitieron comprender la dimensión cualitativa del evento, evidenciando un proceso sostenido de profesionalización y

modernización. La implementación de programas de capacitación, el fortalecimiento de estándares de calidad y la incorporación de estrategias de marketing digital han contribuido a mejorar la experiencia del visitante y la competitividad de los participantes. Estas acciones confirman que Raíces no solo beneficia al público asistente, sino que también impulsa el crecimiento y la formalización del sector gastronómico local.

La evolución del componente experiencial y comunicacional ha permitido que la feria se mantenga vigente y atractiva frente a las nuevas dinámicas de consumo cultural. La integración de actividades interactivas, espacios culturales y estrategias digitales ha favorecido la conexión con públicos jóvenes y ha ampliado el alcance del evento más allá del espacio físico, posicionándolo también en el entorno digital.

Los resultados de esta investigación evidencian que la Feria Internacional Raíces constituye un caso exitoso de articulación entre gastronomía, turismo y cultura. Su impacto trasciende lo económico, al contribuir al fortalecimiento de la identidad local, al desarrollo de emprendimientos y a la proyección de Guayaquil como un destino gastronómico con potencial de crecimiento. De este modo, Raíces se consolida como una iniciativa estratégica para el desarrollo turístico-cultural de la ciudad, con amplias posibilidades de seguir evolucionando y generando beneficios sostenibles a largo plazo.

Recomendaciones

A partir del análisis histórico del evento, la revisión de las encuestas y los aportes obtenidos en las entrevistas, se plantean recomendaciones orientadas a fortalecer el impacto turístico, gastronómico y cultural de la Feria Internacional Raíces, así como su proyección a largo plazo dentro de la ciudad.

En primer lugar, se sugiere avanzar en la incorporación de recursos tecnológicos que enriquezcan la experiencia del visitante. La feria ha mostrado una evolución en las expectativas del público, por lo que resulta pertinente integrar herramientas digitales que faciliten la interacción, la orientación dentro del evento y el acceso a información sobre las huecas participantes. Elementos como plataformas digitales, mapas interactivos o recorridos autoguiados permitirían modernizar la feria sin perder su esencia tradicional, haciendo la experiencia más dinámica y atractiva para distintos perfiles de asistentes.

Asimismo, se recomienda fortalecer la comunicación digital de Raíces. El evento cuenta con un alto potencial de difusión en redes sociales y medios digitales, por lo que una estrategia más estructurada permitiría ampliar su alcance y visibilidad. El uso de contenido audiovisual, transmisiones en vivo, historias gastronómicas y colaboraciones con creadores de contenido contribuiría a posicionar la feria no solo como un evento local, sino como un referente gastronómico de interés nacional, capaz de atraer nuevos públicos.

En cuanto al desarrollo de las huecas participantes, resulta clave consolidar un programa de capacitación continua. Las entrevistas evidencian que la formación ha sido uno de los factores más valorados por los emprendedores, ya que les ha permitido mejorar sus procesos y fortalecer sus negocios. Mantener estos espacios de capacitación durante todo el año favorecería la profesionalización del sector gastronómico, ayudaría a mantener estándares de calidad y apoyaría la sostenibilidad de los emprendimientos que forman parte de la feria.

Desde la perspectiva turística, se recomienda una mayor articulación entre la feria y otros actores del destino, como operadores turísticos, establecimientos de hospedaje y espacios culturales. Integrar a Raíces dentro de una oferta turística más amplia permitiría que el evento no se perciba únicamente como una actividad puntual, sino como parte de una

experiencia urbana más completa. Esto contribuiría a fortalecer el atractivo de Guayaquil como destino gastronómico y cultural.

Como última recomendación, se sugiere establecer un sistema permanente de evaluación y seguimiento del evento. Contar con información continua sobre el perfil del visitante, sus percepciones y experiencias permitirá realizar ajustes oportunos y mejorar cada edición. Este proceso de evaluación constante favorecerá un crecimiento ordenado y sostenible de la feria, asegurando que Raíces continúe respondiendo a las necesidades del público y del sector gastronómico y turístico de la ciudad.

Referencias

Pine, J. B., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76, 97–105.

Mariani, M., & Okumus, B. (2022). "Features, drivers, and outcomes of food tourism". *British Food Journal*, 124(2), 401–405. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2022-022>

Volo, S. (2009). Conceptualizing experience: A tourist based approach. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 18(2–3), 111–126.

<https://doi.org/10.1080/19368620802590134>

Volo, S. (2021). The experience of emotion: Directions for tourism design. *Annals of Tourism Research*, 86, 103097.

<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103097>

Williams, H. A., Yuan, J. (Jessica), & Williams, R. L. (2019). Attributes of Memorable Gastro-Tourists' Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 43(3), 327–348.

<https://doi.org/10.1177/1096348018804621>

Ministerio de Turismo. (2025). Turismo en cifras, Publicaciones de Estadísticas Turísticas, Resumen Ejecutivo Indicadores Turísticos

<https://u.pcloud.link/publink/show?code=XZmMlg5Z2VTCdXXLryyqksREehMJH4odsKjV#/login>

Instituto Nacional de Estadística y Censos - Base de datos de Registro de entradas y salidas internacionales (2024) Ministerio del Interior - Subsecretaría de Migración. Cifras provisionales año (2025).

Benalcázar, H., Rodríguez Marín, F., y Guevara Plaza, A. (2024). “Gastronomic tourism on the rise. Profile of the gastronomic tourist in Cuenca (Ecuador)” *Tourism and heritage journal*, ISSN-e 2604-2347, Vol. 5, 2023.

<https://doi.org/10.1344/THJ.2023.5.5>

Deloitte & Google. (2024). Viajeros y destinos NextGen. Deloitte España.

<https://www.deloitte.com/es/es/Industries/transportation/research/viajeros-y-destinos-nextgen.html>

TIS Global Summit. (2024). Del turismo regenerativo a la IA: Las 10 claves del nuevo panorama turístico. Tourism Innovation Summit.

<https://www.tisglobalsummit.com>

Tourism & Society Think Tank. (2024). *Nuevo estudio global destaca la transformación en las experiencias de viaje*. Tourism & Society TT.

<https://www.tourismandsocietytt.com>

World Tourism Organization. (2023). Tourism: A Driver for Shared Prosperity – Key Insights. UNWTO.

<https://doi.org/10.18111/9789284424788>

Moura, A. A., Mira, M. d. R., & Teixeira, A. R. (2025). The Tourist Gastronomic Experience: Ties Between Young Foodies' Motivation and Destination Development in Portugal. *Tourism and Hospitality*, 6(1), 7.

<https://doi.org/10.3390/tourhosp6010007>

Basque Culinary Center. (2024, 13 mayo). *100 Jóvenes Talentos de la Gastronomía 2024: Principales tendencias emergentes* (p. PDF).

<https://100jovenestalentos.bculinary.com/wp-content/uploads/2024/05/100-Jovenes-Talentos-2024.pdf>

Barzallo-Neira, C. (2025). The demand for gastronomic tourism—Characterization and segments. *Sustainability*, 17(16), 7206.

<https://doi.org/10.3390/su17167206>

Fernández, G. A., Uribe Lotero, C. P., & Pérez Gálvez, J. C. (2024). *Festivales gastronómicos y turismo en Latinoamérica: El caso del festival Raíces de Guayaquil, Ecuador*. *Revista Rosa dos Ventos: Journal of Tourism & Hospitality*, 16(2), 369-383.

Suárez Rodríguez, I. B., de la Rosa Patiño, M., & Rosales Díaz, C. (2024). *Turismo y gastronomía en Iberoamérica: experiencias reales para el aprendizaje*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí/Recinatur.

Creswell, J. W. (2021). *A concise introduction to mixed methods research* (2nd ed.). Sage Publications.

<https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/a-concise-introduction-to-mixed-methods-research/book266037>

Strauss, A., & Corbin, J. (2015). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*.

Raíces. . . Expande tus sabores. (2025, 24 julio). Feria Gastronómica Internacional Raíces 2023 - Guayaquil. Raíces.

<https://www.raicesecuador.com/feria-presencial/>

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.

https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Competencias Ecuador. (2024). *Informe Estado de Turismo 2023*. Consejo de Competencias.

<https://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2024/05/Informe-Estado-de-Turismo-2023.pdf>

Ministerio de Turismo. (2023). *Informe de Rendición de Cuentas 2022 (Informe)*. Ministerio de Turismo del Ecuador.

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/05/Informe-Rendicion-de-Cuentas-2022-Textual.pdf>

Ministerio de Turismo. (2025). Informe Anual 2024. Ministerio de Turismo del Ecuador.

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2025/02/Ministerio-De-Turismo-Informe-Anual-2024.pdf>

Ministerio de Turismo. (s.f.). Movimientos Perfil Turístico (turismo interno). Datos Abiertos Ecuador / Ministerio de Turismo.

<https://www.datosabiertos.gob.ec/dataset/https-servicios-turismo-gob-ec-turismo-en-cifras-turismo-interno/resource/1201ad05-2af4-4f66-b2b1-68492b5fd8e4>

Félix, Á., & García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *Revista Internacional De Turismo, Empresa Y Territorio*(7), 79-103.

doi:10.21071/riturem.v4i1.12743

<https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/riturem/article/view/12743>

Medrano, S. A. (2020, 8 octubre). Con medidas sanitarias se desarrolla en Guayaquil VII Feria Gastronómica Internacional Raíces.

<https://www.vistazo.com/enfoque/con-medidas-sanitarias-se-desarrolla-en-guayaquil-vii-feria-gastronomica-EEVI203711>

Sotomayor, D. (2020, 8 octubre). Raíces abre sus puertas. *Diario Expreso*.

<https://www.expreso.ec/guayaquil/raices-abrio-puertas-91492.html>

Armijos Medrano, S. (11 de octubre de 2020). Aproximadamente 15.000 personas asistieron a la Feria Gastronómica Internacional Raíces. *Vistazo*.

<https://www.vistazo.com/enfoque/aproximadamente-personas-asistieron-la-feria-gastronomica-internacional-raices-MEVI203906>

Balarezo, G., & Paucar, E. (2015, 27 julio). Una 'probadita' a las huecas ganadoras de Raíces 2015. El Comercio.

<https://www.elcomercio.com/sociedad/raices2015-ganadores-gastronomia-huecas-guayaquil/>

Raíces que crecen | La Revista | EL UNIVERSO. (2016).

<http://www.larevista.ec/cultura/sociedad/raices-que-crecen>

El Telégrafo. (2017, julio 23). Feria Raíces destaca el valor del cacao y la gastronomía ecuatoriana.

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-salon-del-chocolate-estara-en-la-feria-raices-2017>

El Universo. (2017, julio 22). Raíces 2017 abre sus puertas con nuevas propuestas gastronómicas.

<https://www.eluniverso.com/guayaquil/2017/07/21/nota/6291406/guayaquil-recibe-de-cenas-comensales-feria-raices-2017/>

Ecuavisa. (2019, julio 23). 40 huecas deleitarán con su oferta gastronómica en Raíces 2019.

<https://www.ecuavisa.com/noticias/ecuador/40-huecas-deleitara-su-oferta-gastronomica-raices-2019-OCEC511971>

El Universo. (2019, noviembre 27). Feria de Guayaquil 2019: música, gastronomía y juegos tradicionales a la carta.

<https://www.eluniverso.com/noticias/guayaquil/feria-de-guayaquil-2019-musica-gastronomia-y-juegos-tradicionales-a-la-carta-nota/>

Ecuador221. (2021, julio 23). Feria Raíces alberga a 24 huecas de la gastronomía guayaquileña.

<https://ecuador221.com.ec/feria-raices-alberga-a-24-huecas-de-la-gastronomia-guayaquilena/>

Sí Se Puede Ecuador. (2021, julio 14). Más de 100 huecas se han inscrito para la octava Feria Gastronómica Raíces.

<https://www.sisepuedeecuador.com/mas-de-100-huecas-se-han-inscrito-para-la-octava-feria-gastronomica-raices/>

El Universo. (2022, 19 septiembre). La edición 2022 de la feria Raíces tendrá 25 huecas que competirán por estrellas culinarias.

<https://www.eluniverso.com/guayaquil/comunidad/la-edicion-2022-de-la-feria-raices-tendra-25-huecas-que-competiran-por-estrellas-culinarias-nota/>

Observatorio Turístico de Guayaquil. (2023). Reporte de Feria Raíces 2022, 2023. Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Documento interno no publicado.

Vistazo. (2022, 07 octubre). Feria Gastronómica Raíces, una deliciosa opción para disfrutar el feriado.

<https://www.vistazo.com/amp/enfoque/feria-gastronomica-raices-una-deliciosa-opcion-para-disfrutar-el-feriado-FB3355236>

Ecuador en Directo. (2022, 11 octubre). El festival “Raíces 2022” concluyó exitosamente y eligió a sus ganadores.

<https://ecuadorendirecto.com/2022/10/11/el-festival-raices-2022-concluyo-exitosamente-y-eligio-a-sus-ganadores/>

Primicias. (2023, 28 junio). Guayaquil ratifica a feria Raíces en programa de fiestas julianas.

<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/guayaquil-feria-raices-programa-fiestas-julianas/>

Extra. (2023, 19 julio). Guayaquil: Raíces celebra su décimo aniversario.

<https://www.extra.ec/noticia/actualidad/guayaquil-raices-celebra-decimo-aniversario-huecas-feria-gastronomica-cocineros-88151.html>

El Universo. (2023, 15 julio). Raíces 2023: corviches, fritada, pasteles de longaniza y tigrillo, entre opciones con toque de provincia.

<https://www.eluniverso.com/guayaquil/comunidad/feria-raices-2023-restaurantes-con-cursantes-julio-2023-nota/>

Municipio de Guayaquil. (2024, 25 julio). Feria Raíces abre al público con 24 huecas representativas de la gastronomía guayaquileña.

<https://guayaquil.gob.ec/feria-raices-abre-publico-huecas-representativas-gastronomia-guayaquilena/>

Revista Zona Libre. (29 de julio de 2024). Feria gastronómica Raíces congregó a 40 000 personas en Centro de Convenciones. Revista Zona Libre.

<https://www.revistazonalibre.ec/2024/07/29/feria-gastronomica-raices-congrego-a-40-000-personas-en-centro-de-convenciones/>

Primicias. (2024, 29 julio). Ganadores de Raíces 2024: dirección, horario de atención de los locales y precios de los platos estrella.

<https://www.primicias.ec/entretenimiento/gastronomia/raices2024-ganadores-huecas-guayaquil-direccion-precio-75120/>

Mimg-Ge, & Mimg-Ge. (2025, 24 julio). La Perla del Pacífico congrega el arte culinario en la XII edición de la Feria Raíces – Alcaldía de Guayaquil. *Alcaldía de Guayaquil*

<https://guayaquil.gob.ec/perla-pacifico-congrega-arte-culinario-xii-edicion-feria-raices/>

Jiménez, G. (2025, 24 junio). Raíces 2025: estas son las 21 huecas que competirán por la Estrella de Oro en Guayaquil. Primicias.

<https://www.primicias.ec/entretenimiento/gastronomia/raices2025-huecas-guayaquil-compiten-estrella-oro-99178/>

Primicias. (2025, julio). Raíces 2025: Ganadores, huecas participantes e innovaciones del evento gastronómico.

<https://www.primicias.ec/entretenimiento/gastronomia/platos-ganadores-feria-raices-2025-sanduche-chancho-manizado-bolon-pelucon-101674/>

Municipio de Guayaquil. (2025, julio). Feria Raíces regresa con 26 huecas, Reto Foodie y promoción de adopción responsable.

<https://guayaquil.gob.ec/perla-pacifico-congrega-arte-culinario-xii-edicion-feria-raices/>

Expoplaza. (2025). Reporte Feria Raíces 2025 (informe interno). Expoplaza.

Anexos

1.1. Entrevista a Organizadores

1.1.2. Objetivo de la Entrevista

Recopilar información de los organizadores de la Feria Gastronómica Internacional Raíces acerca de la evolución de la misma, estrategias implementadas para su desarrollo y su influencia en la afluencia de turistas nacionales a la ciudad de Guayaquil, con el fin de comprender su contribución al fortalecimiento del turismo interno y al posicionamiento gastronómico y cultural de la ciudad.

Guía de Entrevista

Pregunta de Apertura

1. ¿Cómo describiría la evolución de la Feria Raíces desde sus inicios hasta la actualidad en cuanto a su organización, participación y relevancia dentro del calendario turístico de Guayaquil?

Preguntas Centrales

2. ¿Qué estrategias se han implementado a lo largo de los años para atraer a un mayor número de visitantes nacionales y promover la participación de expositores gastronómicos?
3. Desde su experiencia, ¿cómo perciben el perfil actual de los asistentes nacionales a la feria en términos de intereses, motivaciones y procedencia?
4. ¿De qué manera consideran que la Feria Raíces ha influido en el aumento de la afluencia turística interna durante las festividades julianas y en el posicionamiento de Guayaquil como destino gastronómico?

Pregunta Orientada al Futuro

5. ¿Qué mejoras o innovaciones planean incorporar en futuras ediciones para fortalecer el impacto turístico y cultural de la feria a nivel nacional?

Pregunta de Cierre

6. En su opinión, ¿qué papel considera que cumple la feria Raíces en la promoción de la identidad gastronómica del Ecuador y de Guayaquil en particular y en el impulso del turismo interno?

Anexo 1: Transcripción de Entrevista a Marcela Ron - Coordinadora de Contenidos de Expoplaza

Realizada el lunes 17 de noviembre, 2025 - 10h30am (presencial)

Emilia: Bueno, como sabes, nuestra investigación es acerca de la Feria Raíces, la influencia que tiene este en el turismo de la ciudad y cómo ha influido y cómo trae más turistas a la ciudad, sobre todo en la época en la que se realiza, que es durante la Fiestas Julianas. Entonces, nosotros más que todo buscamos analizar eso. Como primera pregunta, te podríamos consultar **cómo describirías la evolución de la feria desde sus inicios hasta la actualidad, en cuanto a su organización y participación y relevancia dentro del calendario turístico de la ciudad.**

Marcela: Bueno, pienso que lo que les puedo contar yo, he estado involucrada en parte de la organización de la feria desde el año 2022. La feria ya este 2026 que viene, ya celebra su decimotercera edición. Desde el 2014 la feria inició con un apoyo importante del Municipio, de aquella administración en esa época. Es una muy buena muestra de lo que se puede lograr en una alianza público-privada. Expo Plaza, al tener 30 años de experiencia en la organización

de eventos, al tener este recinto que es el centro de convenciones, que tiene un diferencial único,

no existe otro recinto con estas dimensiones y con estas características en la ciudad, fue una iniciativa que nació para resaltar nuestra gastronomía, potenciar el turismo interno, Pienso que

la evolución fue año a año, la feria fue creciendo, año a año el concepto se fue afianzando, que

realmente la idea original o que se tuvo al inicio de lo que conozco, poder tener en un sitio céntrico, en un sitio con fácil acceso al público, huecas que tal vez no vas a poder visitar

nunca, que has escuchado de que hay una buena guatita en el suburbio, hay un buen caldo de salchicha en el Guasmo, pero no vas a ir. Por ejemplo, yo no te hablo como persona que trabaja en Expo

Plaza, sino como ciudadana con mis hijas, mi esposo. No voy a ir a ciertos lugares porque simplemente no voy a ir. Entonces, si tengo la oportunidad de tener juntas varias huecas o las mejores en sus platos en una feria, Esa idea pegó mucho en la familia guayaquileña. Y obviamente fue cogiendo más fama, cogiendo más también. La evolución de Raíces también se ha visto junto con la evolución de las redes sociales. Tal vez cuando inició Raíces no era tan fuerte el tema. Poco a poco se fue potenciando. Y ahora, no solo con Raíces, sino con muchos eventos, lo que no se comunica adecuadamente en redes sociales pierde fuerza. Puedes tener un mega evento, pero si no lo comunicas bien, te pierdes, porque mucho de tu público busca información a través de la nueva herramienta que llámese TikTok, Facebook, Instagram, Internet, la página web del sitio, muy aparte de los medios tradicionales que sí lo seguimos haciendo campaña en radio, en televisión, vallas puede ser, la valla que ves acá en el centro de convenciones, Igual, o sea, ha evolucionado eso y la feria no se puede quedar. En general ningún evento tú lo puedes sostener en el tiempo, 10 ediciones, 15 ediciones, 20 ediciones de un evento haciendo lo mismo. Tienes que dinamizar y modernizar siempre y buscar siempre innovar en lo que le vas a dar al cliente. al público. Ha pasado con Raíces. Las huecas es algo muy importante de la feria, pero no es lo único. También tenemos la industria alimenticia. Acá en Raíces vas a tener industrias de salsas, de enlatados, condimentos, emprendedores que traen miel de abeja, vinos, alcohol. donas, helados, dulces, o sea, es un complemento, no es solo huecas, que huecas es la parte más fuerte, por supuesto que sí, y cada año se ha empoderado mucho más, pero hay muchas cosas alrededor, hay shows en vivo, hay retos, algunos años implementamos retos parrilleros, retos pasteleros, que parrilleros y pasteleros aficionados vengan a concursar. Hace dos años empezamos con el reto

foodie, de traer a foodies a cocinar en vivo. Todo esto de la mano, como te digo, tenemos que analizar cómo va cambiando nuestra audiencia. Tal vez hay chicos que no les gusta, mis hijas que tienen, qué sé yo, 13, 15 años, guatas, jamás van a comer en la vida. Pues le tengo que dar otra opción a ese segmento, porque quiero que todo Guayaquil venga. Tal vez me colapse el lugar, pero quiero que más gente venga. Entonces, ese es el reto y eso pienso que ha sido cómo ha ido evolucionando la feria en base o escuchando o viendo nosotros como organizadores cómo ha evolucionado la audiencia. Lo que pide el público ahorita no es lo mismo que pedí hace 10 años, ni es lo mismo que pedirá dentro de 10 años. Entonces, esa evolución del organizador de eventos tiene que estar muy sensible al escucha del público. ¿Qué es lo que te pide el público? ¿Qué es lo que quiere? Ya no le gusta tanto esto, ahora le gusta más esto. Imagínate que en cinco años los foodies caigan mal. No puedes seguir con lo mismo. Tienes que ver qué es lo que le gusta a la gente. Y esa es la evolución que pienso que Raíces lo ha hecho de buena manera y bueno, pues ya tenemos, esta es la décima tercera, esperamos tener muchas, muchas ediciones más.

Emilia: **¿Qué estrategias se han implementado a lo largo de los años para atraer mayor número de visitantes nacionales y promover la participación de expositores gastronómicos?**

Marcela: Bueno, pienso que las estrategias como mencionaba un poquito en cuanto a la evolución que hemos tenido la inclusión mucho de armar campañas comunicacionales en redes sociales, sin dejar de lado los medios tradicionales, porque el público en general, el sigue viendo televisión, sigue escuchando radio, entonces más bien es un complemento. Realizar una campaña integral que cubra varios medios, nos apalancamos también mucho de influencers referentes generales y gastronómicos, que sean caras conocidas en el público. Pienso que esa estrategia nos ha permitido no solamente tratar o lograr que todo Guayaquil

vaya a la feria, sino gente de otras provincias. Y es interesante porque año a año, durante la feria, y posterior a la feria ya tabulamos datos, y el público que viene a Raíces es muy variado. No solo es de Guayaquil, no es de un grupo específico, por decirte, el 60% es de tal edad. Los grupos etarios, te podría decir que es 25, 25, 25, 25%. Jóvenes, adultos, personas mayores, niños, o sea, Es muy diverso, lo cual pienso yo que es el objetivo, porque es una feria familiar, es una feria para venir con amigos. Entonces la estrategia se ha complementado mucho entre medios tradicionales, redes sociales ahora. Y este tema , pienso yo que se ha dado un paso también importante, no solamente tener activas las redes de raíces durante julio o los dos meses previos a julio, sino todo el año. Es lo que busca el público, que se publique contenido de valor. Imagínate que, en algún ranking mundial, como ha pasado, que ganó el encebollado como una de las mejores sopas de marisco o pescado, que Raíces publique algo o en diciembre feliz navidad o en enero marzo estamos preparando ya Raíces 2026 o sea no perder ese contacto con el público que esté siempre permanentemente en recordación Raíces. Más bien ir incrementando la expectativa acerca del mes de julio, pero pienso que ha sido una estrategia de comunicación que ha resultado bastante bien. O sea, básicamente están en todos los medios, están en la televisión, radio y en redes sociales. Armar una campaña, lo hicimos, recuerdo, el año pasado, una campaña por San Valentín, que si con alguna dinámica en específico te ganabas un consumo en la hueca que ganó el año pasado, cosas así. Pienso yo que tal vez el siguiente paso, lo que nos gustaría hacer sería internacionalizar la feria, de alguna u otra manera, integrar otras provincias y su gastronomía. Raíces nació, como su nombre mismo lo dice, resaltar las raíces de Guayaquil, de nuestra ciudad como tal. Pero ya llega un punto, incluso con las redes sociales y con el internet y la globalización, que todo se mezcla. O sea, el yapingacho es bastante guayaco, pero tiene un origen en la sierra. La comida manaba, la comida esmeraldeña, se ha fusionado mucho con las costumbres y los gustos del comensal, de la persona que consume o que le gusta la comida tradicional

ecuatoriana. Entonces tal vez nuestra siguiente frontera a sobrepasar, ya dejar de ser una feria, el corazón de Raíces nunca va a dejar de ser Guayaquil, pero incluir ya otras propuestas gastronómicas nacionales, que Raíces sea nacional, o que Raíces sea la feria nacional que represente a Ecuador en el mundo. Esa es la... El objetivo a mediano o largo plazo, pero es lo que quisiéramos llegar, porque como feria dentro de Guayaquil, para la gente guayaquileña ya está consolidado, o sea, ya no hay más que hacer. El asunto es crecer.

Emilia: Desde tu experiencia, **¿cómo perciben el perfil actual de los asistentes nacionales a la feria en términos de intereses, motivaciones y procedencias?**

Marcela: Es interesante, como te mencionaba, la gente que asiste a la feria pertenece o procede de grupos muy diversos en cuanto a edad, en cuanto a procedencia de ciudad, en cuanto a, obviamente, géneros, en cuanto a clase social. Esta es una feria muy masiva, muy popular. Y como te digo, pues, la premisa o de lo que surgió la idea de la feria, que venga gente de Samborondón, que venga gente de Durán, que venga gente del norte, del sur, del centro, hacer un recorrido o mi mamá quiere esto, mi papá quiere lo otro, mi hijo quiere esto de acá, mi hija quiere lo de acá, pero nos reunimos a comer en raíces, luego damos la vuelta a ver los emprendimientos, qué es lo que tienen, me llevo un caramelo, me llevo un chocolate, me llevo la miel, el vino, etc., la cerveza artesanal. Te diría que es muy variado y los intereses que nosotros hemos detectado en la gente son más que incluso, podría ser que al comienzo era simplemente conocer cuáles son las huecas que va a haber este año en raíces. Ya tal vez no solo eso, sino huecas que tienen experiencia comprobada, que ves que ya tienen un éxito masivo. Y con las redes sociales tú te das cuenta de cosas que tal vez antes no te dabas cuenta. En redes sociales te das cuenta que la costañita la revienta, que Rukito la revienta, el cangrejal de Mayrita la revienta, y si los vamos a tener en raíces el público va a ir, porque Urdesa me queda muy lejos y yo vivo en el centro, entonces voy al centro de convenciones. Es interesante que la motivación es descubrir huecas nuevas, pero también afianzar las que ya

tienen un público garantizado. Y por supuesto que también otro de los intereses o motivaciones de la gente al venir acá, como te decía, pues también hemos implementado otros retos, hemos implementado shows en vivo. Entonces también buscamos atraer a ese público joven, que tal vez incluso podríamos decir “ha perdido un poquito de interés en la comida tradicional”, tiene otros gustos como la comida rápida o le gusta la comida fusión, la comida Thai, el sushi, influencias, pizza, comida china, asiática, entonces Tratamos de decirles, acá también hay propuestas interesantes, ven igual, Raíces es un lugar chévere para venir con tus amigos el sábado, aprovechar el feriado. Entonces pienso que también puede ser un complemento, o sea, sí, me gustan las nuevas propuestas de gastronomía mundial que tenemos ahora, que tal vez antes no había, pero la gente igual, los jóvenes siguen viniendo a consumir lo nuestro. en lo que siempre se dice, realzar nuestra cocina como en el sitio al que debería estar. Hay otras cocinas como la mexicana, la peruana, la colombiana, la venezolana, y nosotros decimos, pero la ecuatoriana los supera por mucho. Entonces falta como unir esos esfuerzos para realmente darles impulso a nosotros. Y creo que esa es una de las motivaciones, ya que, si a Raíces le va bien, significa que nuestra gastronomía le está yendo bien y que la gente consume lo nuestro. Y es el inicio de que nosotros mismos valoremos lo propio para que el extranjero lo valore. Y yo sé que nosotros sentimos que tenemos la materia prima, que tenemos el talento, que tenemos la tradición, las recetas tradicionales, la sazón, pero tal vez un poco de división interna nos aleja de internacionalizar nuestra cocina ecuatoriana. Así como ves restaurantes de comida mexicana en Francia, acá ves restaurantes de comida ecuatoriana en otros lados con chefs de otros países que quieran emular nuestras recetas. Entonces pienso que ese es interés del público y es motivación del público para venir, ser parte de esta movida que le dé un impulso a la comida ecuatoriana.

Emilia: Nuestra siguiente pregunta es, **¿de qué manera consideran que la feria ha influido en el aumento de la influencia turística interna durante las festividades julianas y en el posicionamiento de Guayaquil como destino Gastronómico?**

Marcela: La influencia que ha tenido Raíces es bastante fuerte. Sí siento que es un antes y un después, sobre todo, como mencionan, en el tema de las festividades julianas. Lo que dinamiza Raíces es el movimiento de visitantes internos de otras provincias, el dinero que mueve la economía igual, en los últimos años creo que hay alrededor de unos 50 stands. Y la influencia ha sido bastante positiva. Incluso puedo mencionarte que durante el 2020, que aquí en el Centro de Convenciones no hubo evento alguno por el tema de la pandemia, de la cuarentena, RAÍCES fue el primer evento que se retomó presencialmente. Es tan grande la demanda que tiene la gente de un evento como RAÍCES. Durante el 2020, 2021 y 2022, si mal no estoy, o 2021 nada más, lo trasladamos a octubre. Porque obviamente hacerlo en julio del 2020 era imposible, entonces se lo trasladó a octubre para aprovechar las fiestas octubrinas, pero bueno, está bien arraigado el tema de las fiestas julianas, de raíces con las fiestas julianas y los picos de asistencia que hemos tenido en todos estos años ha sido mucho mayor en julio. Pero sí, pienso que obviamente el papel que juega Raíces en la dinamización, en ser un imán para atraer visitantes a Guayaquil, es grande. Y como ustedes saben, no hay otro evento así. Hay otros eventos gastronómicos, sí, pero de menor tamaño. Y como te digo, el factor diferencial también muy importante es este recinto, que te da las comodidades para que vengas en familia, para que no estés al aire libre, que tengas acceso a un parqueo seguro, sobre todo que te permita venir con tranquilidad en grupo o en familia, a pasar un rato, a pasar el fin de semana, a almorzar el primer día de raíces que es laborable con tus amigos de trabajo, o a venir en la noche. Y los asistentes vienen de otras provincias. Y obviamente, pues también muchos vienen de cantones cercanos. Daule, Durán, Milagro, Samborondón, por supuesto, que es una ciudad tan junta a Guayaquil.

Emilia: **¿Qué mejoras o innovaciones planean incorporar en futuras ediciones para fortalecer el impacto turístico y cultural de la feria a nivel nacional?**

Marcela: Bueno, realmente te puedo decir, en mi punto de vista, la organización de raíces participamos nosotros como Expoplaza, hay escuelas gastronómicas que nos acompañan en la parte logística, ellos son los que supervisan las huecas, supervisan también los productos que se venden en la feria, porque todo tiene que garantizar, como te decía, la inocuidad, las buenas prácticas, y como te digo, no puede pasar que alguien se enferme por haber comido algo en raíces. Siempre afinamos este tipo de detalles logísticos. Pienso que a nivel comunicacional podemos tratar, o deberíamos, o por lo menos a mí me gustaría tener influencers a nivel nacional, no solo de Guayaquil, a nivel regional, traer algún influencer, te digo, en mi idea, algún influencer de Colombia, algún influencer de Perú, invitarlo acá a la feria, que recorra, que publique en redes sociales para globalizar raíces. Tal vez hacer una muestra de raíces, en Nueva York o en Madrid. Por supuesto que eso involucra una logística complicada, porque no es lo mismo para una hueca del suburbio, se le acabó el producto, hacer reposición, que ir allá afuera, es diferente. Pero pensando a futuro, tratar de seguir los pasos de eventos gastronómicos internacionales que son parte del calendario fijo, o sea, y han ganado su prestigio poco a poco. Ninguna feria empieza siendo masiva, inmensamente grande, todo empieza poco a poco. Y pienso que una de las estrategias que deberíamos, o que me parece interesante que apliquemos o implementemos, es afianzarnos nacionalmente, porque yo me imagino obviamente que en el resto de las provincias del Ecuador tal vez hay gente que todavía no sabe qué es Raíces, tampoco es que nos conocen los 17 millones ecuatorianos, a eso apuntamos, en el camino de querer internacionalizarnos. Nadie actualmente quiere ir a una hueca como lo era hace 20 años, que era un puesto en la vereda, en un banco pica a la intemperie, ya nadie quiere eso. Ahora casi todos los lugares de comida

tienes aire, tienes el menú, tienes redes, tienes el wifi. Entonces ya también el gusto del comensal no es lo mismo. Por eso mismo, por la globalización. Ahora con esto tú te enteras cómo son los restaurantes en Perú, en Chile, en Bolivia, en Francia, en Senegal, en Japón. Antes no lo conocíamos, solo conocías lo tuyo. Entonces, asimismo ha evolucionado el concepto de hueca, tal vez pudiésemos darle espacio acá en Raíces a futuro, no solamente sean huecas chiquitas o dar un pabellón que sea comida internacional. Acá está institucionalizado el chaulafán, el tallarín saltado. Es parte de nuestra cotidianidad, pero una comida autóctona. Las hamburguesas, los hot dogs, la pizza, el shawarma, el sushi, no sé. O sea, son ideas que podemos implementar a futuro, pero siempre tenemos que estar sintonizados con lo que el público dice, con lo que el público quiere. Obviamente, sin desdibujar ni perder la esencia original de la feria. Pero son componentes que se pueden añadir. Pienso que esa es la evolución que deben seguir los eventos, no solo Raíces en general.

Emilia: Para finalizar, en tu opinión, **¿qué papel consideras que cumple la Feria Raíces en la promoción de la identidad gastronómica de Ecuador y de Guayaquil en particular y en el impulso del turismo interno?**

Marcela: Pienso que cumple un rol importante, es la feria gastronómica más importante del país y bueno, nos llena de mucha satisfacción que la feria más importante de Ecuador sea acá en Guayaquil, una ciudad que es la capital económica del país, que tiene tantos sectores productivos, la industria alimenticia es muy fuerte por supuesto, Y me gusta y nos gusta y nos parece importantísimo que sea la ventana para, como les decía, productos de muchas provincias, artesanales, tal vez un poco más industrializados en algunos casos, que sea trampolín para muchos restaurantes, para muchos emprendedores del sector gastronómico. Si ustedes se han dado cuenta, en los últimos años ha habido un crecimiento exponencial de los

negocios gastronómicos por diferentes causas. La economía se ha movido, tal vez no hay tanto empleo fijo, no hay tantas empresas que den trabajo, entonces la gente busca crearse su negocio de... en el sector gastronómico, interpretando los gustos de la gente. Siento que el rol de Raíces es muy importante. Es importante que se haya mantenido tantos años. Pienso que va para largo y que definitivamente es un sello de las fiestas julianas, de las fiestas de Guayaquil. Creo que está 100% identificada con raíces, la gente guayaqueña lo tiene como la feria por excelencia de nuestra gastronomía. Como les decía, el reto aquí a futuro es darnos a conocer nacionalmente, alcanzar a cada uno de los rincones del país. Y bueno, ser parte de este movimiento que busca darle el sitio a la gastronomía, no solo guayaquileña, sino ecuatoriana en el mundo. O sea, que Raíces sea parte de eso. O tal vez hacer alguna alianza con otra feria que hay en otras provincias, no lo sé, o la cocina manabita, esmeraldeña, etc. Ser parte de todo este impulso que se le quiere dar a la gastronomía. Siento que Raíces cumple ese rol. Gracias a Dios siempre ha tenido buena acogida, creo que desde su edición número uno, que no la visité realmente, no puedo decirles por experiencia propia, pero sé que siempre tuvo una buena acogida, ha ido creciendo el público que asiste a la feria, han ido incrementándose las marcas que quieren participar y esperamos que eso sea un crecimiento sostenido en los próximos años.

Anexo 2: Transcripción de Entrevista a Fiorella Ávila - Asesora Comercial de Expoplaza

Realizada el martes 18 de noviembre, 2025 - 12h00 (virtual, vía meet)

Eunice : Ya, listo. En sí, el objetivo de la entrevista, bueno, en primer lugar, muchas gracias por el tiempo para poder ayudarnos. Como te había indicado, todo este tema de la entrevista es porque vamos a hacer una tesis y queremos recopilar cierta información sobre la Feria de Raíces. Y bueno, como primera pregunta tenemos, **¿cómo describiría la evolución de la Feria Raíces desde sus inicios hasta la actualidad en cuanto a organización, participación y relevancia dentro del calendario turístico de Guayaquil?**

Fiorella: A ver, yo llevo en esta feria tres años, esta sería creo que la doceava edición, una feria que lleva años. ¿Cómo lleva la evolución? Pues esta feria obviamente impulsa bastante lo turístico, que es lo que incluso al momento de comercializar siempre se motiva, promover el turismo, promover las marcas para que puedan ser conocidas. Cómo puedes promover, pues, principalmente aquí participan diferentes de todos lados a la feria bien es cierto que es por las fiestas de Guayaquil, pero aquí damos la oportunidad de que participen en todos lados básicamente como para explicar un poco por qué participan de todos lados no sólo en un solo nicho, aquí la feria se divide como tal conocen huecas, como tal conocen emprendimientos y cómo diferentes categorías de empresas. Entonces, bueno, las empresas industriales son, por ejemplo, la Favorita, Tía, Danec, Duragas, son empresas grandes que vienen aquí a hacer más activación de marcas, pero si hablamos de lo turístico, para promover todas las marcas, no solo a nivel de Guayaquil, aunque sean fiestas julianas, pues hablemos de emprendimientos, por ejemplo, aquí vienen de todas las ciudades, incluso han venido hasta de *Galápagos*, que es lo que buscan, pues, ver si el Guayaquil es un nicho. Claro, también buscan vender, obviamente, porque es una inversión la que están haciendo y necesitan recuperar esa inversión, pero básicamente también lo que buscan es saber si aquí

tienen, hay nichos donde ellos digan, bueno, aquí yo vendí y fue excelente, y pues aquí voy a ponerme un local. Entonces, promover más, y el emprendimiento es, pues, diversidad de productos pues hay un nicho de productos. Asimismo en las huecas vienen diferentes tipos de emprendedores, en este caso de, algunos sí son huecas, otros ya pues un poquito han crecido, pero básicamente también vienen de todos lados, incluso pues tenemos pensado hacer un poquito más, no solamente dentro de aquí, antes solamente eran huecas guayacas, sino abrimos un poco más a provincias como Santa Elena, el punto de la Feria Raíces es que pueda llegar a otras ciudades, que el turismo no solo sea por impulsar a los emprendedores sino que sea a nivel nacional, no sé si con eso te ayuda.

Eunice: Sí, sí. Una consulta sobre las marcas que tú me indicas. Hay ciertas que no, como dices, no venden su producto, sino que dan muestras gratis, cosas así.

Fiorella: A ver, te explico. Por ejemplo, el que es emprendedor busca vender su producto. Por ejemplo, el que vende su miel, el que vende su helado, el que vende, pues, su mermelada, vende su producto, su... así, productos varios, ¿no? Él busca vender su producto por parte de hacer marca. Pero una empresa como, por ejemplo, Danec o Industrias Ales, que venden sus productos en los comisariatos, claro, ellos van a venderlo, sí, si desean, no siempre lo venden, pero no es su objetivo. Obviamente, sí, quieren generar un poco de inversión, pero si desean hacerse conocidos porque hay competencia (el aceite Alesol, aceite de girasol, el aceite de...) entonces, lo que ellos más hacen, más que tú ves ahí que están vendiendo, no. Ellos lo que hacen es concursos, activaciones, traen a la gente, hacen cocinas en vivo en su stand, entonces, lo que buscan es hacer estas activaciones que hagan con tu imagen de marca. Incluso no solo con stand, no todos participan con un stand, que, es decir, tu espacio físico. La mayoría comparte ya sea stand o auspicio, o solo auspicio o solo stand. El auspicio son esos banners, la imagen aquí, donde tú entras a la feria y ves que dice algún

nombre de una marca, pues todo eso es auspicio. Absolutamente cada uno de esos es algo que se haya contratado.

Eunice: Ya, listo, muchas gracias. Como segunda pregunta sería, **¿qué estrategias se han implementado a lo largo de los años para atraer a un mayor número de visitantes nacionales y promover la participación de expositores gastronómicos?**

Fiorella: Ya, a ver, es todo un poco, la verdad. Tanto la comercial, tanto el marketing, cada vez que nosotros hacemos una feria, se termina la feria, hacemos reunión *postferia*, donde vemos todas las cosas positivas, negativas, que podemos cambiar y cómo podemos cambiar. Entonces, siempre hay un registro de todo en la feria y nos reunimos inmediatamente y cada año buscamos algo nuevo o cómo aumentar visitantes, que es el objetivo. Raíces sí ha cumplido su objetivo de cada año aumentar sus visitantes, realmente. ¿Cómo lo hace? Pues, una, tenemos el Free Press. Tenemos casi un millón de Free Press. ¿Qué quiere decir Free Press? Pues que tenemos los medios... que nos hacen publicidad, tanto como radio, tanto como noticias, tanto como en redes sociales. Entonces se hace bastante promoción con prensa. Incluso nosotros antes de feria pues hacemos una rueda de prensa con los chefs, con las huecas, y pues se hace bastante publicidad y bastante... Se hace conocer bastante esta feria antes de hacerla, ¿no? Entonces, esa es la manera de publicitar tanto como para que los expositores sepan que hay una feria y como para los visitantes sepan que va a haber una feria. Eso en cuanto al free press. En cuanto al marketing, pues, tal cual, de la misma manera, nosotros hacemos también esto de las redes sociales, donde haces pautas, donde haces en Facebook, en Instagram, eso también es parte de nosotros hacemos full free press y hacemos full pautas, cosa que, por ejemplo, ya meses antes de la feria, incluso sobre todo semanas antes de la feria, es increíble cómo nos llegan mensajes tras mensajes que cuesta terminar de escribirlos todos los días preguntando cómo pueden participar a la feria y preguntando cuánto cuesta, cómo podemos pagar las entradas... eso antes de la feria, se activa para que la gente

pueda comprar en línea. Esa es otra de las maneras que activamos, pues que haya esta compra en línea para que la gente pueda ya de una vez actualizarse y haya más ventas y no haya tanta aglomeración. Esa es una de las maneras y pues comercialmente, y bueno, y también un poco de marketing también, es innovar, siempre hay que innovar para que la gente diga qué hay de nuevo y por qué quiero ir. Entonces cada año buscamos algo distinto, por ejemplo, el año pasado hubo área de dulcería, de cervezas artesanales, eso fue algo nuevo, un photobooth, que es esto del área *instagrameable*. ¿Qué más hubo? Pues una tarima donde hay música. Entonces, por ejemplo, este año, ¿qué buscamos? Que haya así mismo una tarima, pero que haya un animador o que haya más música, tal vez otro estilo o que las empresas hagan sus activaciones ahí, pues, si nos fue bien con una y le “atinamos” le damos más protagonismo a esa. Es decir, por ejemplo, si le fue bien a la cerveza, ok, este año le hicimos con una medida de stand más pequeño, el próximo le vamos a hacer un área más bonita y vemos qué es lo que le gusta al visitante. ¿Cómo sabemos esto? Pues siempre hacemos encuestas en cada feria. Encuestas al expositor y encuestas al visitante. Eso es una persona que lo hace aquí, que nosotros contratamos. Entonces, ¿qué es lo que hace esta persona? Pues nosotros ya sabemos qué gustó también al visitante y al expositor y qué es lo que requieren. Entonces, dependiendo de eso, por ejemplo, también algo que fue un éxito, el área de emprendedores, que a veces uno puede tomarlo de menos porque son emprendedores, porque son más chiquitos, contratan, pero fue un éxito. A la gente le encantó este año la diversidad de productos que había, obviamente se toma controles con ellos y se les da facilidades para que ellos puedan tener su espacio y comodidad, ¿no? Eso básicamente.

Eunice: Ok. Como tercera pregunta sería, desde su experiencia, **¿cómo perciben el perfil actual de los asistentes nacionales a la feria en términos de intereses, motivaciones y su procedencia?**

Fiorella: Bueno, básicamente eso es lo que te comenté hace un momento, dependiendo quién es el que está contratando. Los emprendedores buscan ventas y hacerse conocer, las empresas industriales buscan hacer marca. Esto es a nivel nacional. ¿Qué perciben ellos? ¿Qué es lo que les gusta? Pues, ¿qué esperan ellos de la feria? Más que todo por vender, o sea, ¿por qué ellos eligen participar en Raíces? Muy aparte de que es una feria masiva, donde son más de treinta mil visitantes, ellos buscan ver por qué Raíces tiene esto innovador, por qué raíces siempre tiene esta aglomeración de personas. Entonces, como te mencionaba, por las encuestas que se hacen, ellos dicen, ok, aquí hago imagen de marca, aquí hago venta, pero ¿por qué hago aquí? ¿Qué tiene la feria? Entonces a ellos les encanta, o al menos esto por las encuestas, de ver las activaciones, nosotros hacemos también esto de cocina en vivo, con chef, ver realmente el orden que nosotros tenemos. Es realmente todo un... Es todo un programa para una feria, tanto el área operativa, ver el orden, ver cómo todo está limpio, ver cómo todo está con un programa bien hecho, ver cómo a ellos se les da las comodidades, no solo en un espacio, sino a ver qué te incluye, qué te incluye lo de acá. O sea, facilidades para que a ellos les salga bastante rentable poder participar, creería que esa es una de las motivaciones por la cual a nivel nacional ellos buscan participar.

Eunice: Una consulta sobre este tema, en los asistentes que hay en la feria, ¿más se perciben asistentes de Guayaquil o si hay de otras provincias que vienen? No sé, un ejemplo, ¿vienen para las fiestas julianas y aprovechan la Feria de Raíces o viceversa? ¿Vienen a la Feria de Raíces y aprovechan?

Fiorella: Muchísimo, muchísimo. No solo es Guayaquil, sin duda, sobre todo los emprendedores, muchos son de *Cuenca*, de *Quito*, como te mencioné, de *Galápagos*, de la *Sierra*, vienen de diferentes provincias. Incluso eso es algo que nosotros tenemos que saber cómo manejar, porque es toda una logística, incluso imagínate la inversión que es para ellos venir de otra ciudad, poder alquilar, dónde hospedarse, y aun así querer participar siendo solo

emprendimiento. Entonces sí, sin duda, no solo es Guayaquil, y no es que son pocos tampoco los de diferentes ciudades, hay bastante. Esto es una diversidad, es fiesta juliana, pero es una diversidad aquí de emprendedores a nivel nacional realmente.

Eunice: Listo. Como cuarta pregunta sería, **¿de qué manera consideran que la Feria Raíces ha influido en el aumento de la afluencia turística interna durante las festividades julianas y en el posicionamiento de Guayaquil como destino gastronómico?**

Fiorella: Déjame leerte la pregunta para... A ver, vamos a ver, bueno, básicamente lo que te mencionaba, siempre se hace, la Feria de Raíces siempre se hace en la misma fecha, siempre va a ser por la fiesta juliana. ¿Por qué? Porque buscas la raíz, lo base de Raíces son las huecas, ¿ok? Son las huecas, entonces... cómo te decía siempre han sido de Guayaquil y ahora tienen menos foco, pero igual han habido comida de diferentes lados, creo que eso es lo que llama la atención en las fiestas julianas, que hacemos toda la publicidad para que en la ciudad se sienta y ya toda la gente sabe, los menores saben, los visitantes fieles ya saben que siempre es por las fiestas julianas. Se busca promover esto, se busca, incluso aquí ya se participa pues El Municipio, se busca que se sepa que esto es algo netamente de Guayaquil. Obviamente, no es que por esto no van a participar de diferentes ciudades. El punto es que sea de Guayaquil, pero que se pueda impulsar el turismo a nivel nacional. Eso básicamente en cuanto a la afluencia turística, ¿no? ¿Por qué como destino gastronómico? Porque somos una de las ferias más grandes, no solo es que participe una hueca, como te mencionaba, hay todo un proceso operativo detrás de esto. Acá, no sé si conocías, pero te explico un poco cómo funciona el proceso de selección de huecas. El proceso de selección de huecas no es lo mismo que el proceso de selección de stands, que quiere ser su stand el emprendedor que contrata su espacio o que el staff que contrata la empresa industrial. Ellos me contactan a mí y yo les mando el plano donde va a estar todo el plano de la feria, acá están y ellos me dicen qué están que quieren escoger y eso es comercial conmigo. Pero el nivel de huecas no es igual. Acá

nosotros contratamos a diferentes escuelas de chefs, son casi todas las escuelas de chefs que participan. Ellos recorren todas las huecas, incluso las que se postulan, o no necesariamente las que se postulan, las que ellos consideran que a ellos les guste. Entonces ellos recorren, van, prueban, y si les gusta, pues ellos los invitan a participar a Raíces, solo con la aprobación de los chefs pueden participar. No necesariamente porque alguien me dice quiero participar, puede participar porque aquí ven todo. No solo el sabor, sino es que ellos van al local, pues ven calidad, ven todo. Una vez que ellos participan acá, tienen que pasar por unas capacitaciones, si quieren, de una semana, de calidad, de precio, de marketing, de todo. Ellos deben cumplir esos requisitos, porque si no cumplen esos requisitos, se descalifican para la premiación. ¿Ok? La premiación, los chefs siempre están aquí junto con sus estudiantes, viendo que cumplan todos los requisitos de calidad, que tengan todos los productos en buen estado, que tengan todo limpio, que el plato nunca deje de ser igual, es decir, que no porque es el primer día lo haces increíble, pero ya los últimos días el plato ya es mejor, no. ¿Por qué? Porque todos los días los jueces, ellos van probando, poco a poco van probando, pero entonces todos los días debe estar de la misma calidad y obviamente la premiación pues ya de los chefs. Entonces, son requisitos que no es simplemente una feria de comida donde invitas a uno y participa y chévere. No, creo que podríamos decir que somos los pocos o si no somos los únicos que hacemos todo este proceso para que el visitante coma algo realmente bueno, no solo en sabor, sino es que en calidad. Entonces por eso este destino es una feria de las mejores o de las más grandes gastronómicas por todas estas cosas que hacemos, estos detalles que hacen pues que la feria tenga esta parte positiva y que el visitante quiera visitar aquí no te puedes intoxicar prácticamente.

Eunice: O sea, ¿sabes qué? Eso no teníamos ni idea. Por mi parte yo creía que, no sé, por ejemplo, yo vendo bolones y escribo y digo quiero estar ahí, pero no sabía que había una

selección. Y qué interesante, porque hasta ven ahí la calidad que le quieren servir a los asistentes, ¿no? Porque si no...

Fiorella: Y mucho más allá de calidad, incluso esto es, a ver, nosotros no solo queremos que la feria, que ellos vendan y que la feria sea comercial y todo al mundo ven y compren. No, está bien, por eso te decía, ¿por qué es tanto esto importante turísticamente y como gastronomía? Porque al darles las capacitaciones, no es solo porque queremos que ellos cumplan todo y nadie se intoxique, sino es porque queremos que ellos crezcan. Es decir, a veces son huecas muy pequeñas, que ellos no tienen mucho conocimiento de a ver cuántos platos puedo vender aquí, uy, ¿qué precio vendo? Son informales. Aquí los que los capacitamos, con profesores, con gente especializada, para que ellos, una vez que salgan de esta feria, puedan tener su local o abrir otro local y decir, yo ya sé, yo ya sé en cuánto dinero, yo ya sé cómo hacerlo, yo ya sé cómo manejar mi personal. Por eso es que cada vez que aquí gana una hueca, o incluso sin ganar, crece. Cada hueca que aquí ha participado o ha ganado, al final, después, aquí vemos cómo se repleta y ya tiene dos locales y tiene tres locales, pero crecen de manera positiva, porque ya están capacitados, han tenido una educación para... mantener un local para hacerlo crecer y tener de calidad. Eso es básicamente una de las pérdidas más grandes.

Eunice: Y una consulta, así, en resumen, o sea, en algo pequeño, ¿qué no más tratan en las capacitaciones?

Fiorella: Es lo que te mencionaba. Básicamente es que todos los productos tengan calidad. Es decir, ¿cómo tener un producto de calidad? A ver, tienes que tenerlo en este grado de refrigeración, o este cuchillo sirve para esto, o esta tabla sirve para esto. Bueno, yo te hablo de esto porque yo no soy chef, pero yo he visto las capacitaciones, es eso. Aparte, te dan otra capacitación de cómo manejar tus recursos. A ver, la parte contable, ¿no? Si tú tienes

esto, tú tienes que tener una inversión de esto para que puedas comprar más de esto, esa es otra parte de la contable. Aparte, te dan de marketing, no solo marketing de redes sociales, sino marketing ya como, bueno, hay dos tipos de marketing, el de redes sociales y el marketing ya general, que es el cual cómo tú buscas impulsar tu negocio y cómo buscas moverlo en tus redes sociales.

Es una semana de capacitación que te dan de todo, de todo absolutamente. Incluso aquí, en muchas huecas, hay que capacitarlas. ¿Por qué? Porque ellos a veces no se imaginan cuánto van a vender realmente en Raíces, entonces ellos creen que es como su local, que a lo mejor en la semana tienen lo que aquí consiguen un día. Entonces ellos hay que capacitarlos. Siempre los chefs están al lado de ellos para que les digan, a ver, tú necesitas comprarte, qué sé yo, 100 platos por cada día y en horas picos debes tener más de esto ellos les van capacitando para que se preparen al venir a la feria porque es realmente duro es cansado para ellos, es de la mañana hasta siquiera la madrugada en que ellos terminan de limpiar todo, pero sin duda salen muy satisfechos y agradecidos.

Eunice: Como quinta pregunta sería **¿qué mejoras o innovaciones planean incorporar en futuras ediciones para fortalecer el impacto turístico y cultural de la feria a nivel nacional?**

Fiorella: Ya, eso es tal cual como te mencionaba. Lo que ahorita buscamos es hacerlo más tecnología. No quedarnos tanto atrás de que lo mismo sea en papelitos, en que tú veas el código, en que algo igual. O sea, hacerlo más vivo, más juvenil incluso, ¿no? Aunque aquí nuestro perfil, si quieres te puedo enseñar incluso una presentación que tenemos de los perfiles, encuestas de visitantes y eso te ayudará. Pero aquí básicamente es hacerlo más actualizado, ¿no? Tener, por ejemplo, si antes nuestro auspicio era solo un banner, que es un banner, pero ya no hacerlo solo un banner, sino es que hacerlo ahora con luces. O si la entrada era de tal manera, pues, no sé si tú has visitado el auto show.

Eunice: Sí, sí, sí, pero hace tiempo.

Fiorella: Ya, y dices que ahora nuestra entrada era diferente, ya. Algo así siempre buscamos en todas las ferias. Hacer lo que puede promoverse más, qué más va a impactar, qué necesita el cliente. Por ejemplo, nos dimos cuenta que al final la gente venía aquí, pero no sabía qué comer. ¿Por qué? Porque todo es tanta gente. ¿Cómo yo sé qué comer? Entonces ahora vamos a ver qué podemos poner afuera para que haya un menú o qué podemos hacer para que la gente sepa qué comer, cómo activar. Entonces siempre buscamos eso de mejorar. Y aparte de eso, pues, renovar, ¿no? Por ejemplo, como te mencionaba, el área de cervezas, quizás mañana de aquí, pues, decimos, no, vamos a hacer un área de algo diferente, cada año siempre vemos qué hay de nuevo, cómo hacemos esto, pues, siempre vamos a diferentes ferias. La idea no es copiar la idea de otros, sino más bien inspirarnos, ¿no? ¿Viste esto? A ver, me gusta esto, ¿cómo puedo mejorarlo? No solo ferias aquí, ferias internacionales, ¿qué hay de nuevo para poder no solo darles la parte comercial, sino también darles algo innovador, que el visitante, no solo el expositor, sino que el visitante diga qué chévere está esta feria? Eso básicamente.

Eunice: Una consulta que se me vino a la mente. En la Feria de Raíces solo... ¿Cómo lo explico? Solo están comidas o productos típicos, por ejemplo, yo soy emprendedor, pero no sé, emprendedor de bubble tea, que no tiene nada que ver acá de Guayaquil ni nada típico. Ahí, ¿ustedes cómo hacen?

Fiorella: O sea, ¿dicen no o...? Huecas es hueca. Huecas es plato típico. Hueca es comida. Así es el arroz con menestra, la fritada, el ceviche, la cebolla. Hueca es hueca. Huecas participan aparte. Los emprendedores, como Bubble Tea o como... Hay muchos que incluso han participados de helados, de Encantería. Ellos participan como stand, todos tienen que ser productos relacionados a la gastronomía. Entonces, ellos pueden participar

simplemente con su stand, como que estén en un local. Ahora, ¿cuál es la diferencia? Ellos pueden vender eso porque, digamos, es un producto final, pero los stands no pueden vender comida. Es decir, no es que viene un stand y me va a decir, a ver, yo vendo sándwiches. No, no pueden vender sándwiches. A pesar de que tampoco van a participar como huecas, porque un sánduche no es una comida típica, pero tampoco pueden vender comida porque eso les haría competencia a las huecas. Lo que queremos aquí es que las huecas vendan. Entonces, pueden vender productos finales o incluso han venido, por ejemplo, empresas industriales, digamos, a Atún Manabí, ellos pueden traer un encebollado y quieren presentarlo, pueden hacer sampling de eso, pero no pueden venderlo y no pueden vender un plato de comida. Eso es lo que tratamos de diferenciar, si quiere uno participar con jugos del día, pues puede participar, no hay problema porque las huecas no pueden vender jugos, solo comida. Pero no puede venir alguien a decir, quiero venderte un sánduche o quiero vender, qué sé yo, un hot dog, hamburguesas, cosas así, no pueden participar. El año pasado le hicimos un espacio, no fue tan bien realmente, pero... Eso no pueden, porque hacen mucha competencia a las huecas. Así es.

Eunice: Listo. Como última pregunta, sería, en su opinión, **¿qué papel considera que cumple la Feria Raíces en la promoción de la identidad gastronómica del Ecuador y de Guayaquil, en particular, y en el impulso del turismo interno?**

Fiorella: Bueno, eso básicamente creo que es lo que hablaba en toda la reunión, pero igualmente, promoverla, que el impulso es... para agregar un poquito más de lo que estamos buscando hacer que es algo que te había comentado un poco es no solo hacerlo a nivel de Guayaquil sino hacerlo un poquito más, abrimos más incluso buscamos internacionalizarlo pero bueno, eso es algo ya futuro porque es poco a poco pero eso es lo que buscamos, que todos tengan la oportunidad de poder hacerse conocidos de poder vender, de poder participar en una feria, de que estén cómodos, de que tengan todos los recursos que necesiten porque el

punto de nosotros no solo es vender sino que a ellos también les vaya bien para nosotros poder crecer también entonces eso impulsa bastante al turismo porque aquí vienen, ya te voy a mostrar lo que te mencionaba el rango de edades que vienen, entonces es un rango de edad que viene y que puede pagar si me dices pues Raíz es un target medio-alto realmente porque normalmente aquí las empresas no quieren participar porque piensan que es un target bajo. Es difícil porque, imagínate, solo una entrada es 3 dólares. Una comida en una hueca no está en 8 dólares, 10 dólares. Entonces, tú tienes que invertir y más bien traes algo muy familiar. Entonces, esto impulsa bastante porque puedes conocer todo tu target, no solo es un target en específico. Claro, pueden venir también un target medio bajo, sin duda. Pero aquí vienen todos. Vienen absolutamente todos. Eso te lo voy a mostrar. Y pues... eso básicamente, o sea, aquí lo que buscamos es que todos puedan venir, que todo se pueda aprobar. Si bien es cierto, sí, vamos a tener mucha competencia también, pero eso es aún mejor, porque obviamente no solo nosotros queremos crecer, sino es que la competencia también dice, a ver, ¿qué nos falta? Ah, ok, ellos hicieron esto, ok. Pero siempre enfocándonos en cuál es nuestro nicho. Nuestro nicho no es buscar un festival, no es un burger show, no es que va a haber conciertos, porque es algo familiar. Entonces, cuando uno está en un feriado y quiere ir pues a festejar a fiestas de Guayaquil, normalmente quiere familia. Entonces, en eso nos concentramos. A ver, esto es un sector gastronómico, esto es una feria que impulsa el turismo y que va a traer a familias a conocer esta feria y mantenemos nuestro nicho, que esto realmente, al ser así, pues varias familias vienen motivadas acá y esto se rueda la voz. O sea, no tienes idea la cantidad de personas que escriben para participar, para visitar. Es una locura. Entonces, eso nos agrada incluso hacer convenios. Por ejemplo, si alguien más hace una feria, pues saber, ¿no? Ah, ok, qué chévere, ¿qué hiciste? Ok, ¿qué hiciste? Ok, nos encanta. Incluso de aquí, de nuestras huecas, han participado en otras ferias al hacerse conocidas de nuestras ferias. Entonces, realmente es algo como que, de ahí, de Raíces, nace el resto, podrás decir.

Eunice: Una duda que se me vino es sobre el tema de las huecas. Si, un ejemplo, este año participó, no sé, cualquier cosa, algo de caldo de salchicha como hueca. ¿El año que viene también pueden participar o ya no se repiten las mismas huecas?

Fiorella: Te explico cómo es. El proceso de huecas hace que gane el primer, segundo y tercer lugar. Son 24 huecas, de las cuales, tres de ellas son las que ya han participado. Las que ya participaron no vuelven a concursar. Te explico nuevamente. Por ejemplo, este año tenemos aproximadamente, hasta ahora porque no está definido, tenemos 25 huecas. ¿Quiénes van a volver a participar? Son tres. Es decir, las que ganaron el año pasado. La que ganó primer, segundo y tercer lugar. Si es que ellos quieren, obviamente. Y quienes van a concursar para nuevamente participar primero, segundo y tercer lugar, las otras 21 huecas que son nuevas. Así funciona, pero si ya participaste en el año pasado y no ganaste el primer, segundo o tercer lugar, ya no puedes volver a participar porque el punto aquí es hacer conocidas nuevas huecas. Ahora, ciertas veces hacemos como aniversarios, temas así, donde vuelven a participar todas las huecas ganadoras o todas las huecas buenas, pero esas son fechas específicas que hacemos como para algo nuevo, pero no pueden volver a participar todas. Eso sí se les deja en claro. solo pueden participar las ganadoras de primer, segundo y tercer lugar, y solo el próximo año, no es que después del siguiente año otra vez, bueno no, ya no, y van a participar las ganadoras del 2026, y así.

Anexo 3: Transcripción de Entrevista a Cecilia Jurado - Gerente Comercial de Expoplaza

Realizada el miércoles 3 de diciembre, 2025 - 15h00 (presencial)

Emilia: Bueno, para empezar, como primera pregunta tenemos, **¿cómo describirías la evolución de la Feria de Raíces desde sus inicios hasta la actualidad?** En cuanto a su organización, participación y relevancia dentro del calendario turístico de Guayaquil.

Cecilia: Bueno, mira, la Feria de Raíces empezó hace 13 años, si no me equivoco, y nació en conjunto con el Municipio de Guayaquil. La idea era poner a Guayaquil como un destino gastronómico turístico. ¿Quiénes participaban? Participaban estas huecas que tenían esta tradición de los platos que preparaban desde su abuela, su bisabuela, empezaron así, presentaban su plato y venían a participar. Hoy en día tú ves... Piensa que hace 10, 12 años no tenían ni redes sociales. No es que no existían, no tenían. Hoy en día tú recorres la ciudad para conseguir huecas y ya las huecas tienen sus redes sociales, tienen su comunicación interna. De hecho, facilitan la comunicación de raíces porque se vuelve un trabajo en conjunto. Lo que hace Raíces es invitar a la ciudadanía. a que vengan a festejar sus fiestas en Guayaquil aquí para conocer las mejores huecas de la ciudad, más lo que ellos hacen. Estas personas, literal, es un antes y un después. Ellos participan en raíces y las conocen, tienen su plato, raíces los potencializan de una forma impresionante. ¿Qué decir del que gana? El que gana pasa mejor día 100%. Obviamente siempre digo, yo siempre les digo a las huecas cuando vienen, tienes que aprender a subirte en la ola. O sea, la cantidad de demanda es grande, para que tengas una idea, de una hueca, que puede vender 100 platos semanales, aquí en un día pueden vender entre 600 a 1000 platos, por eso puedes ver que muchas huecas ganadoras, hoy en día, abren más locales. No sé si viste la dura del hornado que ganó hace dos años, ya abrió otro local, o sea, empiezan ellos a mirar el negocio de otra forma, como se profesionalizan, ellos con orgullo representan el plato de sus ancestros o familias, todo detrás

tiene su historia. Realmente hoy en día te puedo decir que hay gente mucho más profesional, preparada, capacitada. Nosotros hacemos una capacitación aquí, pero ellos se preocupan de la limpieza, del servicio al cliente, de manejar costos, se vuelven unos microempresarios y se van para arriba. O sea, Raíces realmente potencializa estas huecas. Es un destino turístico gastronómico, nos visitan de la ciudad y de fuera de la ciudad, porque se ha vuelto el evento referente a nivel nacional, digamos. Y no solamente participan las huecas, sino también participa la industria de alimentos. Porque viene la industria Sumesa y te dice, yo tengo que aprovechar ese público, porque es un público de muchas familias. Entonces yo quiero aprovechar ese público. Voy para allá y lanzó mi último cubo ranchero, porque quiero, si me explico. Entonces es realmente un espacio no solamente para venir y comer, sino también para hacer marca, para hacer lanzamientos, etc.

Emilia: Sí justamente eso mencionó Fiorella, sobre que las capacitaciones son por 6 días...

Cecilia: Si, se los capacita por 6 días y por alrededor de 5 horas diarias, luego la rueda de prensa, tienen una exposición mediática completa.

Emilia: Justo mencionaste el Municipio, ¿qué papel tiene en la Feria?

Cecilia: Entonces, cuando esto nace con ellos. Mira, el mundo de los eventos se llama MICE (Meetings, Incentives, Conferences y Exhibitions) es el turismo de negocios. Por ejemplo, ¿viste lo que pasó con Shakira este año en el país? Eso hacen los eventos, movió todo el país, movió boletos aéreos, hoteles, gastronomía, transporte, agencias de publicidad. En el mundo de los negocios, aproximadamente vienen 30,000 personas, y de esas, si vienen de otras provincias, buscan hotel, carpintería porque tienen que hacer stands, medios de comunicación, imprentas, etc. Cuando esto nace, nace justamente para potencializar la

gastronomía de Guayaquil y el Municipio dice, yo quiero poner a Guayaquil como un destino turístico gastronómico. Así nace. El Municipio también nos da un valor, no es auspicio, sino como un aval, para apoyar el evento, por eso es que también las huecas, para participar todos pagan un valor, pero ellos pagan un valor subvencionado, porque el Municipio nos apoya, ellos nos dan un valor para apoyar estos eventos. Diferente al de las empresas.

Emilia: **Como segunda pregunta, ¿qué estrategias han implementado a lo largo de los años para atraer al mayor número de visitantes nacionales y promover la participación de expositores gastronómicos?**

Cecilia: Bueno, mira es la comunicación, es la creatividad, es cómo genero experiencias, el mundo digital es sin duda mi fuerte. Contrato una agencia de relaciones, te hablo en términos digamos conceptuales, contrato una agencia de relaciones públicas para que me muevan los medios, pero sin duda, siempre tratamos de ver qué experiencia nueva yo le hago al visitante. Si me voy a ir a comer, también me puedo ir al patio de comidas. Entonces, ¿qué hago de nuevo? Por ejemplo, Raíces, tiene 3 componentes, tiene una feria comercial, tiene todas las huecas, tiene un área que nosotros llamamos “Cocina maestra”, que son speakers que están cocinando en vivo. El año pasado, desde hace dos años, mejor dicho, implementamos un concurso de “foodies”, usualmente no saben cocinar, también los capacitamos por medio de las escuelas gastronómicas que nos acompañan y, por ende, ellos también atraen audiencia, tienen su barra, su gente. El año pasado también tuvimos una zona de cerveza artesanal, porque afuera tenemos toda la zona de huecas parrilleras, entonces pensamos que combinaban. También, el año pasado hicimos una actividad que se llamaba “Ponte 11”. ¿Qué significa Ponte 11? Raíces se da jueves, viernes, sábado y domingo, el jueves, es día todavía es laboral, recuerda que es por el feriado, pero el jueves todavía es laboral, implementamos una acción para las empresas, como que inscríbete con tu empresa y

reserva tu mesa en Raíces. Entonces eso nos ayudó a que vemos cualquier cantidad de empresas que se inscribían, venían con 10, 15 compañeros y ya se inscribían, pagaban por la web y venían de uno y ya tenían su mesa reservada, como un after office. Entonces yo creo que siempre es generar experiencias para el visitante, es nuestro mayor desafío. Sin duda que los mayores canales para comunicarse son las redes sociales, pero también los medios de comunicación tradicionales lo hacemos porque, como te digo, por ejemplo, aquí hacemos microondas, a las 6 de la mañana se abre la feria para los medios de comunicación que venían a cubrir el evento.

Emilia: Desde tu experiencia, **¿cómo perciben el perfil actual de los asistentes nacionales a la feria? En términos de intereses, motivaciones y procedencias. ¿Son de otras provincias...?**

Cecilia: Sí, sí vienen de otras provincias, pero sin duda cercanas. Sin duda, la prioridad no es solo Guayaquil, sino Guayaquil y sus alrededores, gente de Quito, Manabí, Cuenca, etc. Acuérdate que son las fiestas de Guayaquil, entonces la gente que viene de provincia se viene para acá y va creciendo, porque hoy en día, como te dije en un momento, ya creemos que es una feria referente a nivel nacional, la gente la espera mucho. Sabes, esa sensación de que voy a ir a probar y este es mi momento para probar la mejor hueca. Ocurre un fenómeno en Raíces, siempre hacemos que las huecas que ganan, que son 3, les damos espacio para el año siguiente y repiten su participación y pasa que venden más en la segunda edición que en la anterior, porque como ya la conocen, y saben que va a estar el siguiente año, voy, ¿por qué? Porque tengo un lugar seguro, ahí la inseguridad juega un poquito a favor, entre comillas, porque dicen, no, sabes que yo prefiero ir a Raíces que es más seguro, tengo parqueo, tengo la comodidad, exactamente, y se vienen para acá. Realmente la gente espera esta feria. Quiero contarte, el tema de higiene y limpieza, es de locos, la implementación que nosotros hacemos en cada hueca y cada hueca tiene, nosotros hacemos un lavadero en la parte de atrás. Un

lavadero cada dos huecas. Yo tengo como 15 lavaderos. Son 20 y pico de huecas, más o menos 15 lavaderos y cada lavadero tiene el jabón específico, la malla específica para que no caiga la grasa, todos los pisos tienen un plástico para que no se manche. Para esto nosotros trabajamos con 10 escuelas gastronómicas de la ciudad, que nos ayudan en el apoyo con sus estudiantes, para mantener la limpieza, para ver que los alimentos estén bien, ponemos contenedores para congelar alimentos, todos estos alimentos pasan por algo, tú tienes pollo, ok, va en esta gaveta, así congelado, se me explica, o sea, realmente hay mucho cuidado en el tema de inocuidad.

Emilia: Claro, de hecho, cualquier error puede afectar a la reputación del evento. Y en ese caso, ¿qué papel tienen los profesores o estudiantes de escuelas gastronómicas?

Cecilia: Las escuelas gastronómicas nos ayudan en la capacitación y en todo este cuidado justamente de manejar los alimentos, de dar apoyo, porque a veces, como te decía, una hueca que vende 100 almuerzos semanales a vender 600 en un día, necesita un apoyo de un chef, de un académico que le diga, a ver, no, aquí los verdes de esta forma se cortan así, ponte acá, o sea, esa asesoría que va más allá de qué rico tu plato.

Emilia: ¿y eso es durante o antes del evento?

Cecilia: Es en ambos, y sabes que me da gusto, hay muchas huecas que una vez que terminan, como son negocios heredados, a veces no tienen estudios y se terminan inscribiendo en las mismas escuelas para sacar su título de Chef.

Emilia: **¿De qué manera considera que la Feria Raíces ha influido en el aumento de la afluencia turística interna dentro de las festividades julianas y en el posicionamiento de Guayaquil como un destino gastronómico?**

Cecilia: Guayaquil, ya se considera un destino gastronómico donde la gente busca lugares para comer, seguros, de fácil acceso. Lo que te acabo de decir, por ejemplo, la hueca que ganó este año va a vender más el siguiente año, porque la gente busca regresar por esa hueca. Entonces, otra forma que te puedo evidenciar es que acá estemos más públicos. O sea, una feria que tiene 25.000, 27.000, 28.000, 30.000, o sea, es una de las ferias masivas que tenemos, me lo comprueba el mismo público, me lo comprueba otra evidencia que tengo, las mismas empresas que participan repiten su participación, ósea, tengo un alto porcentaje de empresas que repiten. Por ejemplo, un Sumesa o Dole está todos los años, porque les va bien, porque realmente ven como se vende su producto. Las huecas que regresan, que les permitimos regresar, ya que les doy chance solamente un año más y el otro año no pueden regresar.

Emilia: Claro, bueno, es justo para la competencia.

Cecilia: Porque tienen que entrar más huecas, hay que dar variedad, y aparte que compiten, entonces para ellos necesito gente nueva.

Emilia: ¿Los ganadores que regresan ya no compiten verdad?

Cecilia: Ya no, solamente venden.

Emilia: **¿Qué mejoras o innovaciones planea incorporar en futuras ediciones para fortalecer el impacto turístico y cultural de la feria a nivel nacional?**

Cecilia: Bueno, ahí sí lo que te digo es tratar de innovar en experiencias para el público. Te conté las cosas que hicimos, te conté los foodies, te conté el Ponte 11 que se ha usado como una nueva estrategia de marketing. Yo creo que el concepto es generar experiencias al visitante, que cada vez hay un visitante más exigente, un visitante que busca...

Sorpréndeme, ¿cómo me vas a sorprender? Hoy en día estamos muy sobrecargados de comunicación, entonces hay que ser creativos para eso.

Emilia: Y en ese caso, por ejemplo, la feria nunca ha tenido algún tipo de alianza tal vez con alguna agencia de viajes como para promocionar, por ejemplo, como un paquete de viajes para un grupo.

Cecilia: No, nunca lo hemos hecho, pero no es mala idea, hacer nuevas alianzas.

Emilia: **¿En su opinión, qué papel considera que cumple la Feria de Raíces en la promoción de la identidad gastronómica de Ecuador y de Guayaquil en particular?**

Cecilia: Sí, tiene un 100%, porque Raíces fue pionero. Fue el evento pionero que mostró esta tradición que estaba tras las rejas, digámoslo así, que era una casa, era un cuartito, era una carretilla, era un local chiquitito.

Emilia: ¿Cómo en informal?

Cecilia: Raíces los potencializó, los levantó, los sacó a la luz, los hizo mediáticos, hizo que mañana yo tenga que pintar mi local, mejorar la asepsia, mejorar el servicio al cliente, mejorar los costos. Realmente raíces, a tu pregunta, al 100%.

Emilia: ¿Podrías decir que Raíces es una feria familiar?

Cecilia: Raíces es una feria familiar, 100%. Aquí vienen grandes, en un grupo ahí. Tú sabes que Raíces, no sé si tú sabes este dato, cuando vino la pandemia, como tú sabes todo lo que pasó en la pandemia, dentro de las cosas nosotros estábamos prohibidos de hacer eventos, obviamente, no se podía hacer ningún evento masivo. Baja la curva, en el año 2020, en el mes de octubre hicimos Raíces, fue el primer evento presencial que se hizo en el país y te diré que en la región y en Latinoamérica, te lo aseguro ya que nosotros pertenecemos a una

asociación de ferias a nivel latinoamericano y hacíamos Zoom para dar ideas de cómo salir adelante, nosotros fuimos “clínica” para ayudar y una vez que se desmontó todo, pero habían centros de convenciones que todavía, en Colombia, en Argentina, que seguían siendo clínicas y nosotros logramos hacer Raíces en octubre, una feria en plena pandemia, donde tú tenías que destaparte la boca para comer. Eso era un reto impresionante. Hicimos toda una campaña de salubridad. Y me dio gusto que uno de los visitantes vinieron de un albergue de viejitos, y recuerda que eran los más vulnerables, y nos pidieron que si podían venir, nosotros encantados, vengan y vinieron con sus mascarillas, en ese entonces hicimos un tema de limpieza, te echaban el gel desinfectante, de todo, y vinieron para celebrar las fiestas de Guayaquil en Raíces, fue muy bonito.

Emilia: Justamente leí algo sobre eso, vi que implementaron pantallas para la temperatura algo así y aforo...

Cecilia: Si también, temperatura, unas pantallas para que contaran a la gente entonces, porque teníamos que contar con un permiso del COE y debían decir hasta cuántas personas podían pasar y por ejemplo yo tenía 5.000 personas por decir. Entonces, yo tenía esta máquina que contaba cuántas personas habían adentro y a buena hora no nos sobrepasamos, porque tenía mucho control.

Emilia: Y vi leí algo sobre modalidad era híbrida en ese año, eso no entendí muy bien exactamente.

Cecilia: La Feria fue presencial y las charlas de Speakers y capacitaciones fueron virtuales.

Emilia: ¿Es verdad que crearon una aplicación en la edición de 2020?

Cecilia: Claro, “Mis Huecas” donde algunas personas podían comprar para llevar, pero la gente prefirió lo presencial. Hasta ahí te compruebo que lo presencial no ha sido reemplazado.

Emilia: Tal vez todavía no era tan importante la parte digital.

Cecilia: Tal vez sí, y creo que es muy importante. Todavía la gente prefiere lo presencial y la calidez.

Anexo 4: Transcripción de Entrevista a Luis Valdez – Experto gastronómico de Cook & Chef School

Realizada el martes 9 de diciembre, 2025 - 11h00 (virtual - vía meet)

Emilia: Buenas tardes, soy Emilia Sotomayor y mi compañera Eunice Robles. Ambas estamos trabajando en un trabajo de titulación basado en la Feria Raíces, para saber cuál es su influencia en la ciudad o cómo influye en el turismo de Guayaquil, cómo la define como un destino gastronómico turístico. Entonces, si gustas podríamos empezar. Como primera pregunta, **¿cómo describirías la evolución de la Feria de Raíces de los Indicios en cuanto a su organización, participación y relevancia dentro del calendario de participación?**

Luis: Bueno, creo que nadie estaba esperando el... El boom, la aceptación que iba a tener la feria en el primer año, esto nos obligó a evolucionar muy rápido, nos obligó a siempre tratar de mantener los estándares de calidad, tanto en la parte de recibir al turista o al comensal como en la parte de organización del evento, lo que es el manejo de algunas prácticas de manufactura dentro de la feria, que eso es uno de los logros de las insignias que tiene la feria el no haber generado incidentes de intoxicación y manejar una buena inocuidad aparte que se mantiene en un área cómoda un área donde hay aire, servicio de agua, etc. No tenemos ningún tipo de inconveniente con eso, así que nos ayudó a crecer rápidamente, a evolucionar sobre lo que la gente iba pidiendo, sobre lo que el público iba solicitando, y nos dimos cuenta que Guayaquil, inicialmente, no hablo de Ecuador, sino Guayaquil, tenía un orgullo sobre su gastronomía, que la feria ayudó a revelar o a impulsar este fenómeno durante los tres, cuatro o siguientes años. Se pudo planificar mucho mejor y ya en la actualidad realmente tenemos un año previo de planificación a cada feria, se termina una y después de un par de meses empezamos a planificar la siguiente con todos los cambios que esto conlleva y con una retroalimentación que nos ayuda a mejorar.

Emilia: **¿Qué estrategias han implementado a lo largo de los años para atraer mayor número de visitantes profesionales y promover la participación de los trabajadores?**

Luis: En los últimos tres, cuatro años, la forma en la que se ha comunicado, se ha llegado es diferente. Si bien es cierto, ya Raíces es una marca posicionada y tiene mucha publicidad gratuita por medios (Free Press) que se interesan en cubrir el evento, se ha buscado un manejo mayor dentro de lo que son los medios digitales. Medios digitales, redes sociales, expositores, embajadores, influencers... Y ellos que hoy en día tienen voz, la gente los sigue, los escucha, nos han ayudado bastante a que el evento llegue incluso a otro tipo de público. Raíces hoy en día ya no tiene público, tiene clientes, que van año a año a la feria. Pero adicional a esto, nos ayuda bastante el hecho de haber podido identificar a tiempo cómo llegar quizás a un público y haber avanzado junto con las tendencias dentro del campo digital y eso ha generado que Raíces no se quede en el tiempo obviamente Expo Plaza está a la cabeza y a la vanguardia de todos estos sistemas y lograr una mayor cantidad en su momento de público que se vuelva un cliente de raíces en general las familias vuelven año a año a la feria y siempre hay que ir evolucionando y darle mayor entretenimiento aparte de Aparte de la comida, porque no solamente es un evento donde se va a comer, sino donde se va a pasar el día.

Emilia: **Desde su experiencia, ¿cómo perciben el perfil actual de los estudiantes nacionales a la feria? En términos de intereses, motivaciones y procedencias, si son de provincias, de qué provincias suelen venir, y bueno, ¿cuáles son las motivaciones de estas personas que vienen a la feria?**

Luis: Sí, tenemos visitantes ya hoy en día de varias provincias, pero a nivel nacional, Raíces es una feria nacional y suelen venir de Manabí, de El Oro, de Cuenca.

Hemos tenido en registro visitas hasta desde la Amazonía. Entonces, realmente Raíces es una feria que trasciende fronteras nacionalmente y también internacionalmente. Hay personas que asisten a la feria que viajan solamente para Raíces desde otras partes del mundo, que vienen ecuatorianos migrantes que retornan para ir con su familia a las famosas huecas. Entonces, ahí se ha trascendido fronteras en todo aspecto, tanto nacional como internacional.

Emilia: Con internacional, ¿te refieres a asistentes o expositores? ¿Cuáles serían estas personas de otros países?

Luis: Raíces también está dentro de los paquetes turísticos en las fiestas de Guayaquil, porque es parte de la agenda municipal. Entonces, no solamente son de expositores, sino... de personas que vienen a Guayaquil de otros países y parte de actividades que pueden tomar es ir a la feria. Entonces suelen ir dentro de paquetes turísticos, suelen ir con guianza, van a la feria y también expositores, tanto visitantes como expositores. Recordemos que es turismo gastronómico y al ser una feria Ciudad está dentro de todos los paquetes y eventos que puede asistir tanto el cliente interno como externo.

Emilia: Como cuarta pregunta, **¿de qué manera consideras que la Feria de Raíces ha influido en el aumento de la cantidad turística o afluencia turística interna durante las fiestas julianas y en el posicionamiento de Guayaquil como un destino gastronómico?**

Luis: Bien, Guayaquil tiene una ventaja a nivel nacional, que lo ha tenido durante décadas, y es que es fuerte y es que es puerto, entonces, se podría decir que Guayaquil es la capital gastronómica del Ecuador. Al ser puerto, hay mucha migración interna y esto hace que la gastronomía de las culturas alrededor del Ecuador converja en un solo punto. Entonces, encuentras gastronomía en Manabí, en Cuenca, en Santa Elena, en fin, de todo el país. hoy en día encuentras fritada, hornado, chanco a la barbosa, tonga, si quieres en un solo lugar, en

Ecuador, donde probar toda la cocina ecuatoriana, es en Guayaquil. Entonces lo que Raíces ha hecho es darle una palestra donde toda esta gastronomía se pone al alcance del turista o del turista interno como externo. Eso creo que ha llevado a que Guayaquil sea capital gastronómica y genere mayor turismo gastronómico.

Emilia: Quisiera consultarte este dato, sobre la selección de huecas, leí que las escuelas gastronómicas hacen esta función. Pensé que el proceso era simplemente, yo tengo mi hueca y me inscribo para participar.

Luis: Se recorre por durante un año, para buscar huecas nuevas de Guayaquil, no solamente las que se inscriben. En total reunimos 26 huecas, porque pasa que algunas que están inscritas, al momento de la visita, no cumplen con ciertos requerimientos o estándares que tenemos para que puedan asistir a la feria, entonces, se dejan las recomendaciones y los regresamos a visitar el siguiente año o cuando estén listos para participar. No es solo inscripción, es todo un estudio de mercado, de aceptación.

Emilia: **¿Qué mejoras o innovaciones planean incorporar en futuras ediciones para fortalecer el impacto turístico y cultural de la feria a nivel nacional?**

Luis: Bien, año a año hacemos un análisis del alcance que tiene la feria y más que innovación es no perder la raíz, tenemos que ir viendo que las huecas hayan evolucionado y cada vez hay más ofertas, quizás es muy sencillo llevar algo viral que no tenga tradición o que no sea parte de nuestra cultura gastronómica pero bueno eso es un reto creo que más que innovar es el mantenerse dentro de la estructura de lo que para nosotros como profesionales consideramos una gastronomía tradicional y ha habido ciertas innovaciones que han ganado premios, pero básicamente siempre están dentro con el misticismo del producto de la preparación tradicional. Entonces, eso como parte de mantener y como parte de innovación, el público es cambiante año a año, las ofertas son cambiantes año a año, y realmente lo único

que mantenemos como estrategia fija es darle lo que el guayaquileño quiere y gusta, lo que el ecuatoriano quiere y gusta, que es su cocina tradicional. Eso se defiende mucho y de ahí en lo que se puede innovar por lo general siempre va alrededor del evento, siempre va en sus productos adicionales.

Emilia: **¿Qué papel consideras que cumple la Feria Raíces en la promoción de la identidad gastronómica de Ecuador y de Guayaquil, en particular y en el impulso del turismo interno?**

Luis: Raíces es la feria más importante gastronómica del país y esto no lo decimos nosotros, lo decimos más de 35.000 personas que van año a año a este evento. Raíces lo que ha logrado es no solo posicionar una marca sino posicionar este tipo de eventos gastronómicos, es el precursor para que hoy en día haya mucha actividad gastronómica como ferias y eventos en el país, eso por un lado es muy positivo pero por otro también tenemos la misión de Raíces es como les dije anteriormente mantener y cultivar nuestra cocina tradicional y eso es lo que vamos a tratar de hacer durante los años venideros en la feria entonces esto realmente a Raíces la vemos evolucionar, la vemos mantenerse pero la idea es no perder la tradición. Creo que fue el inicio para que muchas personas se dieran cuenta que la gastronomía nacional tiene un valor muy grande dentro del ámbito cultural y turístico. Porque antes de eso era muy difícil ver que alguien se siente orgulloso por una guatita, por ejemplo. Raíces mantuvo o sacó este orgullo que el ecuatoriano tiene por su cocina. Mientras eso lo mantengamos, creo que Raíces tendrá muchos años por delante.

Emilia: Vimos muy importante contar con tu opinión, ya que tú has estado desde los inicios de esta feria, ¿cómo ha evolucionado, o qué podrías destacar de alguna de las ediciones?

Luis: Bueno, la experiencia no se improvisa, creo que con el pasar de los años,

hemos logrado hacer clic con el paladar de los ecuatorianos, también el poder entender qué Raíces es un evento gastronómico que une al sector y realza la familia. Entonces, con los años nos dimos cuenta de que no era solamente alguien que venía a comer, era el papá que podía llevar a la esposa y a sus hijos a una hueca, que quizás normalmente no los podía llevar, peor en la actualidad de nuestra ciudad. Entonces, es un espacio seguro donde pueden ir las familias a disfrutar. Entonces, mientras tengamos ese concepto de buena comida tradicional y donde la familia pueda disfrutar, tendremos la seguridad de que los comensales vendrán cada año. Lo que consideramos que hemos evolucionado es identificando bien el mercado de Raíces, habrá Raíces para largo.

Emilia: Cecilia justo me comentó acerca de las capacitaciones a las huecas, ¿las escuelas son las que brindan estas capacitaciones? ¿Qué temas se tratan allí? ¿El acompañamiento que brindan es durante y después de la feria?

Luis: Así es, antes, durante y después del evento, lo que llamamos, el efecto Raíces. Nosotros las escuelas no solamente hacemos la selección, damos capacitaciones y acompañamiento. Desde que se las escoge hasta la feria, ellas pasan por un proceso de capacitación y afinamiento de detalles, mediante el reglamento interno para huecas y colaboradores y dentro de ellas, las huecas aprenden prácticas de manufacturas, costos, marketing digital, todo lo relacionado con el manejo y gestión de servicio al cliente, entre otros. Esto les ayuda a superarse y se vuelve una comunidad año a año, donde aprenden mutuamente y estas huecas crecen más. Hoy en día se puede observar, las huecas no son iguales, ya no son lugares desarreglados o informales. Entonces dentro de la evolución que vemos en el mercado también es parte de las capacitaciones, es parte de que cuando la hueca sale quiere mejorar, quiere crecer, quiere generar una sucursal, eso es lo que ha pasado con muchas de las huecas que han estado en Raíces a lo largo de estos 14 o 15 años.

Emilia: El efecto Raíces, podrías decir que se trata cuando las huecas ganadoras regresan para una nueva edición y generan más ventas y tienen más sucursales. ¿Es así?

Luis: Raíces les hace dar cuenta que pueden lograr, hacia dónde pueden apuntar y es un abrir los ojos. Porque nosotros estamos ahí, estamos inspeccionando, estamos corrigiendo, estamos supervisando, somos sus acompañantes durante toda la travesía de la feria. Entonces se corrigen algunas cosas en el camino, se dan cuenta de qué forma deben atender, de qué forma deben de servir, de qué forma deben de mantener y también lo que otros compañeros de huecas han logrado, cómo lo han hecho y eso les da una perspectiva diferente de querer mejorar, de querer superarse tanto personalmente como profesionalmente, con sus negocios.

Anexo 5: Fotos

Entrevista 1 - Marcela Ron



Entrevista 2 - Fiorella Ávila



Entrevista 3 - Cecilia Jurado



Entrevista 4 - Luis Valdez



Anexo 6: Observatorio Turístico de Guayaquil. Reporte de Feria Raíces 2022-2023.

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).

TABLA 1.

Tipo de Participantes – Comparativo 2022 vs. 2023

Categoría	2022	2023
Asistentes	97.49%	89.98%
Expositores	2.05%	10.02%
No responde	0.46%	0.00%

Nota. Esta tabla compara la proporción de asistentes, expositores y no respondedores durante las ediciones 2022 y 2023. Los datos muestran que la feria mantiene una participación predominantemente conformada por asistentes, con un ligero incremento en el porcentaje de expositores en 2023.

Fuente: *Observatorio Turístico de Guayaquil (2023). Reporte de Feria Raíces 2022, 2023. ESPOL.*

TABLA 2.

Procedencia del Participante – Comparativo 2022 vs. 2023

Procedencia	2022	2023
Locales (Guayaquil)	87.93%	97.07%
112Externos	11.85%	2.69%
No responde	0.23%	0.24%
Residen en Ecuador	99.77%	90.9%
Residen en el extranjero	0.23%	9.1%

Nota. La presente tabla resume el origen geográfico de los asistentes. Se observa un predominio de participantes locales en ambas ediciones, lo que evidencia que Raíces continúa siendo un evento mayoritariamente de alcance municipal, aunque existe un pequeño porcentaje de visitantes externos.

Fuente: *Observatorio Turístico de Guayaquil (2023). Reporte de Feria Raíces 2022, 2023. ESPOL.*

TABLA 3.**Asistencia y Acompañamiento – Comparativo 2022 vs. 2023**

Variable	2022	2023
Vinieron acompañados	85.88%	75.06%
No acompañados	13.90%	24.94%
Promedio de acompañantes	2.26%	2.76%
Días promedio asistidos (de 4 días)	1.33%	1.54%

Nota. Esta tabla presenta el nivel de acompañamiento y el tipo de acompañantes de los asistentes. Tanto en 2022 como en 2023, la mayoría de visitantes asistió acompañado, principalmente con familiares, lo que confirma el carácter familiar del evento.

Fuente: Observatorio Turístico de Guayaquil (2023). Reporte de Feria Raíces 2022, 2023. ESPOL.

TABLA 4.**Tipo de Acompañantes – Comparativo 2022 vs. 2023**

Tipo	2022	2023
Familia	61.56%	53.0%
Pareja	16.40%	17.1%
Amigos	13.71%	16.8%
Compañeros de trabajo	4.03%	13.1%
Otros	4.30%	-

Nota. La tabla compara el tipo de acompañantes reportados por los asistentes a la Feria Internacional Raíces en 2022 y 2023. Se observa que en ambos años predominó la asistencia en familia, aunque con un ligero descenso en 2023. Los acompañantes pareja y amigos muestran un incremento, lo cual sugiere una diversificación en los grupos que participan del evento. El aumento significativo en “compañeros de trabajo” durante 2023 puede relacionarse con una mayor participación de equipos laborales o visitas corporativas al evento. En 2023 no se presentó el dato correspondiente a la categoría “Otros”.

Fuente: Observatorio Turístico de Guayaquil (2023). Reporte de Feria Raíces 2022, 2023. ESPOL.

TABLA 5.**Satisfacción del Evento – Comparativo 2022 vs. 2023**

Variable	2022	2023
Muy probablemente recomendaría	73.12%	86.8%
Probablemente recomendaría	23.01%	10.5%
Indeciso/a	1.59%	1.7%
Improbable	1.82%	0.2%
Muy improbable	0.23%	0.2%
Cumplió expectativas	92.71%	94.1%
No cumplió expectativas	6.83%	5.4%

Nota. Esta tabla expone el nivel de recomendación del evento. En ambas ediciones, más del 95 % de los participantes indicó que recomendaría la feria a otras personas, reflejando altos niveles de satisfacción y fidelidad.

Fuente: *Observatorio Turístico de Guayaquil (2023). Reporte de Feria Raíces 2022, 2023. ESPOL.*

TABLA 6.**Aspectos a Mejorar – Comparativo 2022 vs. 2023**

Aspecto	2022	2023
Precios de entradas	18.45%	25.4%
Promoción y difusión	12.30%	26.2%
Actividades	11.16%	12.5%
Ponentes / Invitados	8.20%	4.4%
Instalaciones	0.91%	9.3%
Horarios / duración	0.46%	2.0%

No indica	27.33%	7.3%
Otros	21.19%	13.0%

Nota. La tabla muestra los principales aspectos a mejorar identificados por los encuestados. Los elementos más señalados fueron precios de entrada, promoción del evento y actividades internas. Los porcentajes similares entre ambos años evidencian una tendencia constante de percepción.

Fuente: *Observatorio Turístico de Guayaquil (2023). Reporte de Feria Raíces 2022, 2023. ESPOL.*

TABLA 7.

Participantes Externos – Comparativo 2022 vs. 2023

Variable	2022	2023
Porcentaje de participantes externos	11.85%	2.69%
Vinieron acompañados	96.15%	—
Promedio acompañantes	3.32	—
Porcentaje que pernocta	0.37 noches	1.5% del total

Nota. La tabla muestra las principales actividades adicionales realizadas por los visitantes externos durante su asistencia a la feria. En ambos años predominó la degustación de gastronomía local, lo que confirma la motivación culinaria como eje del desplazamiento turístico. En 2023 disminuyó la participación en visitas a sitios históricos y naturales, lo que indica que los visitantes externos centraron más su experiencia en el evento y no en actividades complementarias dentro de la ciudad.

Fuente: *Observatorio Turístico de Guayaquil (2023). Reporte de Feria Raíces 2022, 2023. ESPOL.*

TABLA 8.

Hospedaje de Participantes Externos – Comparativo 2022 vs. 2023

Opción	2022	2023
Amigos/familia	19.23%	—
Hoteles	5.77%	—
Airbnb	1.92%	—
Otro	26.92%	—

No responde	46.16%	—
-------------	--------	---

Nota. La tabla muestra la respuesta de los participantes externos de la Feria Raíces sobre donde se hospedaron al venir a Guayaquil.

Fuente: *Observatorio Turístico de Guayaquil (2023). Reporte de Feria Raíces 2022, 2023. ESPOL.* (*2023 no detalla hospedaje)

TABLA 9.

Gasto Promedio del Visitante Externo – 2022 (no disponible 2023)

Variable	Valor
Gasto diario sin alojamiento	\$42.02
Gasto diario en alojamiento	\$6.06
Gasto diario total	\$48.08
Gasto por participante	\$17.79
Gasto total del evento	\$133,261.87

Nota. La tabla presenta el gasto promedio diario realizado por los participantes externos durante su visita.

Fuente: *Observatorio Turístico de Guayaquil (2023). Reporte de Feria Raíces 2022, 2023. ESPOL.*

TABLA 10.

Actividades y Atractivos Visitados – 2022 (no disponible 2023)

Actividad / Atractivo	2022
Degustación gastronómica	71.02%
Visita a sitios de la ciudad	17.39%
Visitas históricas	7.25%
Sitios de naturaleza	2.90%
Malecón 2000	31.15%

Calle Panamá	16.40%
Cerro Santa Ana	11.48%
Las Peñas	11.48%
Parque Histórico	9.84%

Nota. Actividades y atractivos visitados por los participantes que vinieron a la Feria Raíces 2022, (datos 2023 no recogidos)

Fuente: *Observatorio Turístico de Guayaquil (2023). Reporte de Feria Raíces 2022, 2023. ESPOL.*

Anexo 7: Figuras Reporte Feria Raíces 2025

Figura 1

Resultados generales de motivación de asistencia y distribución etaria de los asistentes – Feria Raíces 2024-2025

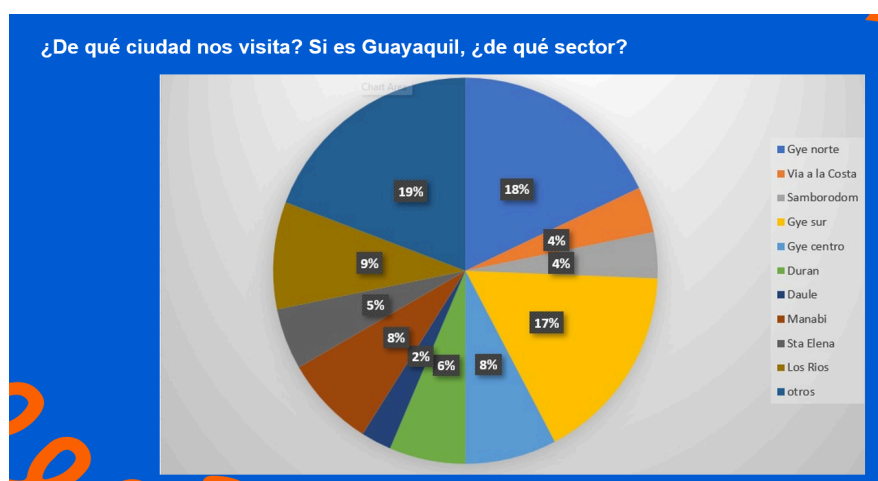


Nota. Resultados proporcionados por la organización de la Feria Raíces sobre las motivaciones principales de asistencia de los visitantes en la edición 2025.

Fuente: Reporte Expoplaza - Feria Raíces, 2025.

Figura 2

Distribución demográfica de los visitantes – Feria Raíces 2025



Nota. Distribución demográfica de los visitantes encuestados durante la edición 2025 de la feria.

Fuente: Reporte Feria Raíces, 2025

Figura 3

Resultados generales de Feria Raíces 2025 – Feria Raíces 2025



• Alta afluencia de visitantes • Ambiente cultural y gastronómico • Posicionamiento de marca • Oportunidades comerciales

Nota. Resultados e información general de Feria Raíces.

Fuente: *Reporte Feria Raíces, 2025.*