

## **Resumen**

Ecuador es un territorio con agro-biodiversidad, multiculturalidad y herencia ancestral, goza de una infinita riqueza culinaria, siendo la gastronomía una de las actividades más importantes dentro del turismo, según el MINTUR en el país representa un 60% de ingresos por ese rubro. El objetivo de este trabajo de investigación es desarrollar una propuesta de motivación turística gastronómica en base a un análisis de la situación actual de la culinaria de la ciudad de Loja. Para ello se recolectó datos a través de encuestas y entrevistas con expertos de: a) la oferta, es decir, de los establecimientos de comida típica, directivos del Municipio de Loja y el MINTUR; y b) la demanda, a los turistas que han visitado la ciudad. Con los resultados en la demanda se determinó un perfil del turista, siendo lo más relevante que la mayoría de viajeros son nacionales y que los alimentos y bebidas son el gasto más representativo durante su estadía. Por otra parte, en la oferta se pudo detectar que existe una preocupación de perder las raíces por lo que se considera importante dar a conocer su culinaria y cultivarla, además prima la competencia entre las empresas privadas en lugar de colaborar para dar a conocer la culinaria de la ciudad. Se propuso la implementación de un Programa de Motivación Turística Gastronómica basado en insights para ser difundido en redes sociales y de esta manera incentivar al turista a visitar la ciudad de Loja y rescatar las raíces culinarias.

### **Palabras Clave:**

- **CULINARIA**
- **LOJA**
- **MOTIVACIÓN**
- **TURISMO GASTRONÓMICO**
- **GASTRONOMÍA**

## **Abstract**

Ecuador is a territory with agro-biodiversity, multiculturalism and ancestral heritage, it has an infinite culinary richness, being gastronomy one of the most important activities within tourism in the country, according to MINTUR it represents 60% of income from this activity. The objective of this research is to develop a proposal for gastronomic tourism motivation based on an analysis of the current culinary situation in the city of Loja. For this, data was collected through surveys and interviews with experts from: a) the supply, that is, typical food establishments, managers of the Municipality of Loja and MINTUR; and b) of the demand, to tourists who have visited the city. With the results in the demand, a profile of the tourist was determined, the most relevant is that the majority of travelers are nationals and that food and beverages are the most representative expense during their stay. On the other hand, in the offer it was possible to detect that there is a concern of losing the roots, which is why it is considered important to publicize its cuisine and cultivate it, in addition, competition between private companies prevails instead of collaborating to publicize the culinary from the city. The implementation of a Gastronomic Tourist Motivation Program based on insights was proposed to be disseminated on social networks and in this way to encourage tourists to visit the city of Loja and rescue culinary roots.

### **Keywords:**

- **CULINARY**
- **LOJA**
- **MOTIVATION**
- **GASTRONOMIC TOURISM**
- **GASTRONOMY**