

**ANALISIS ESTADISTICO PARA EL SECTOR GASTRONOMICO EN RELACIÓN  
A LA OCUPACIÓN EN TEMPORADA DEL CARNAVAL MULTICOLOR DE LA  
FRONTERA**

**CENTRO DE ESTUDIOS ECONOMICOS Y ALIANZAS ESTRATEGICAS  
(CENES)**

**CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES**

**ENERO 2025**

## INTRODUCCIÓN

El Carnaval Multicolor de la Frontera de 2025 representa una oportunidad clave para el análisis del sector gastronómico debido al incremento en la demanda de servicios relacionados con la gastronomía local y demás. Este informe tiene como objetivo explorar las dinámicas operativas del sector durante este evento, identificando patrones de actividad, características predominantes de los negocios y su impacto en la economía local.

En particular, se analizan los distintos formatos en los que opera la actividad gastronómica, incluyendo establecimientos fijos, puestos móviles y servicios a domicilio. Además, se cuantifica la distribución de estos formatos a través de indicadores como frecuencia y porcentaje, permitiendo una visión detallada de su participación en el mercado.

A través de esta investigación, se busca no solo entender las preferencias de los consumidores y las estrategias de los comerciantes y empresarios durante los Carnavales, sino también proporcionar insumos para futuras decisiones empresariales que fortalezcan el sector.

## METODOLOGIA

Para la realización de este análisis sobre el sector gastronómico durante los Carnavales 2025, se empleó un enfoque cuantitativo diseñado para analizar la dinámica operativa en la temporada analizada. La población objetivo incluyó a los operadores gastronómicos involucrados en los Carnavales 2025, tomando una muestra de 133 establecimientos del sector gastronómico entre restaurantes, cafeterías, etc., de 202 registrados en Cámara de Comercio de Ipiales. Para garantizar la representatividad de los resultados, se calculó el tamaño muestral utilizando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Los datos fueron recolectados mediante encuestas estructuradas aplicadas directamente a los operadores gastronómicos en diferentes modalidades de actividad. Se incluyó información sobre su lugar de operación (establecimiento fijo, puesto móvil o domicilio) y la frecuencia de participación en el evento. Los datos recolectados se sistematizaron y analizaron utilizando herramientas estadísticas para calcular la frecuencia y porcentaje de cada categoría. Estos resultados permitieron identificar patrones de comportamiento y características predominantes en el sector gastronómico.

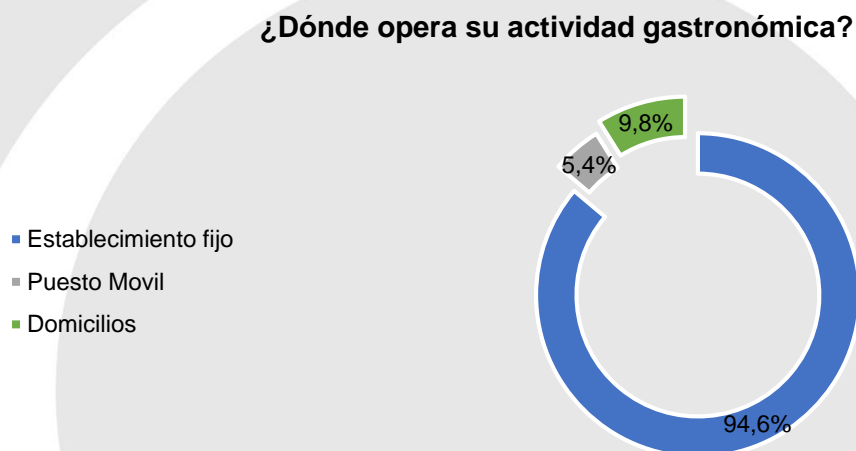
Si bien el nivel de confianza y el margen de error aseguran un alto grado de fiabilidad, los resultados están sujetos a las respuestas proporcionadas por los participantes.

## ANALISIS Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Durante los Carnavales Multicolor de la Frontera, el sector gastronómico de Ipiales jugó un papel clave, ofreciendo una amplia variedad de platos que reflejan la riqueza cultural de la región. Restaurantes y vendedores locales atendieron a los miles de turistas, destacando la gastronomía tradicional de Nariño y fusionándola con propuestas innovadoras. Nuestra propuesta gastronómica, rica y variada, se adaptó a los gustos de todos los visitantes, generando una alta satisfacción, fortaleciendo la identidad turística de la ciudad, convirtiéndose en un atractivo más de este importante evento.

A continuación, se presenta la información obtenida en la presente investigación:

### Gráfico 1.

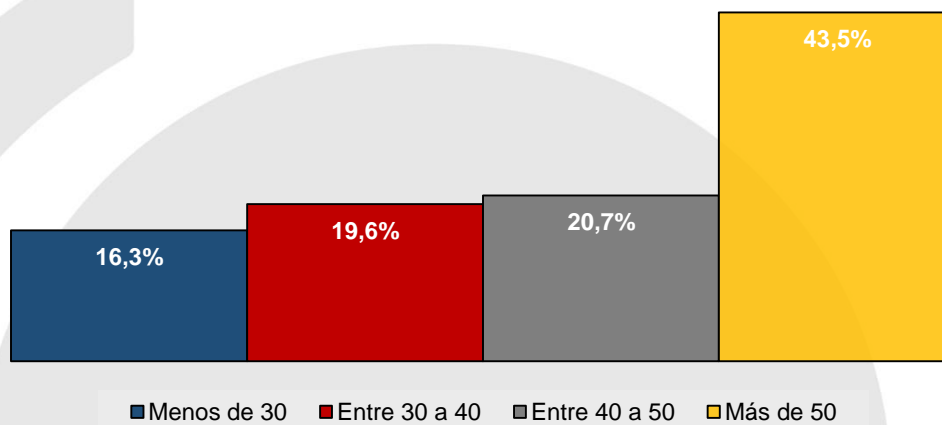


Durante los Carnavales Multicolor de la Frontera, el 94,6% de los negocios gastronómicos operaron a través de establecimientos fijos, como restaurantes, cafeterías y gastrobares, etc., lo que refleja la predominancia de la oferta culinaria en locales permanentes, fácilmente accesibles para los visitantes. El 5,4% de los negocios optaron por puestos móviles, como carritos de comidas rápida, lo que representa una opción flexible y estratégica para captar la demanda en zonas específicas del carnaval. Además, un 9,8% de los establecimientos ofrecieron servicio a domicilio, ampliando su alcance y brindando comodidad a aquellos turistas que prefieren disfrutar de los alimentos en sus alojamientos o en reuniones.

Este panorama destaca la diversidad en las modalidades de operación del sector gastronómico, lo que permite una oferta adaptada a diferentes necesidades y preferencias de los asistentes. La combinación de establecimientos fijos, puestos móviles y servicio a domicilio contribuye a satisfacer tanto a quienes buscan una experiencia gastronómica en el lugar como a aquellos que optan por comodidad y conveniencia.

### **Grafico 2.**

**Promedio de clientes atendidos durante el Carnaval**



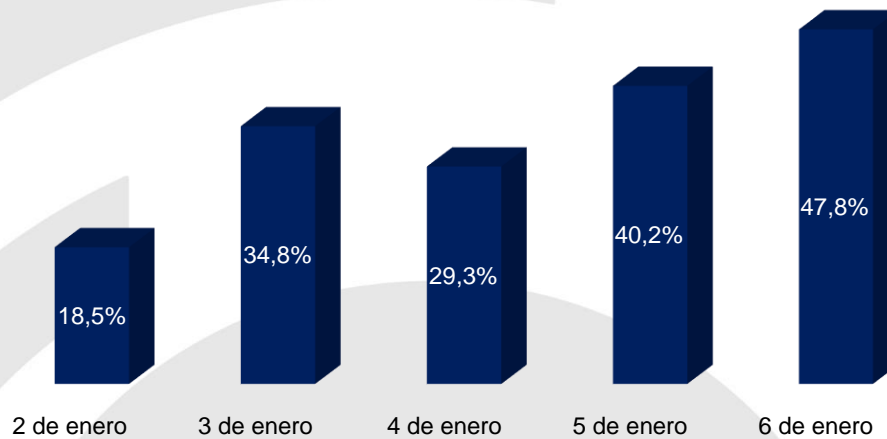
Durante los Carnavales Multicolor de la Frontera, la mayoría de los negocios gastronómicos atendieron a un volumen significativo de clientes, destacando que el 43,5% de los establecimientos recibieron a más de 50 clientes diarios. Adicionalmente, el 20,7% atendió entre 40 a 50 clientes diarios y el 19,6% tuvo entre 30 a 40 clientes diarios, lo que muestra que un 64,2% de los negocios lograron atender a más de 40 clientes diarios. Solo un 16,3% de los establecimientos atendieron a menos de 30 clientes diarios, lo que indica que la mayoría de los negocios estuvieron bien aprovechados y operaron a un ritmo alto durante el evento.

Este panorama resalta la alta demanda y la gran afluencia de visitantes que se experimentaron en los días del carnaval, lo cual exigió que los negocios implementaran estrategias operativas eficientes para gestionar los altos volúmenes

de clientes, tales como el refuerzo de personal, ajustes en los tiempos de atención y la optimización de inventarios.

### **Grafico 3.**

**Días con mayor afluencia de clientes durante el carnaval**



Durante los **Carnavales Multicolor de la Frontera**, los días con mayor afluencia de clientes para los negocios gastronómicos fueron principalmente los días **5 y 6 de enero**. El **47,8%** de los establecimientos reportaron su mayor flujo de clientes el **6 de enero**, seguido por el **40,2%** que registraron su mayor actividad el **5 de enero**. Esto refleja que los últimos días del evento, en particular los de cierre, concentraron la mayor parte de la demanda, lo que es típico en eventos de gran escala, donde los visitantes intensifican su participación en las festividades finales.

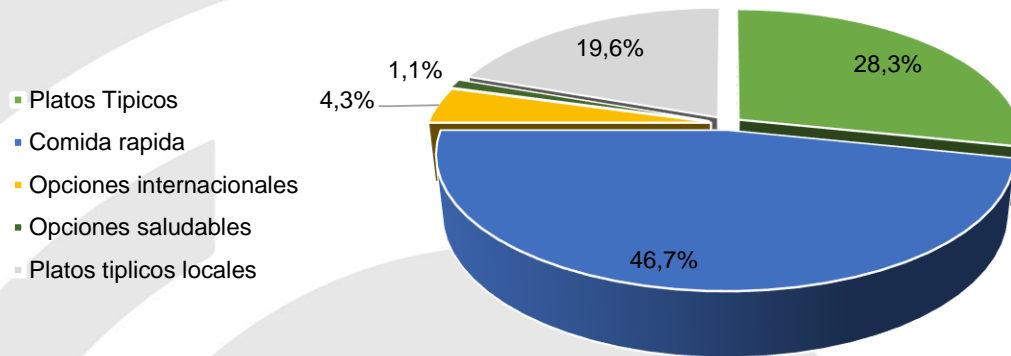
En comparación, el **4 de enero** y el **3 de enero** también fueron días de alta afluencia, con el **29,3%** y el **34,8%** de los negocios experimentando su mayor demanda esos días. El **2 de enero**, aunque fue un día importante, vio un menor flujo de clientes, con el **18,5%** de los establecimientos reportando su mayor afluencia en ese día.

La demanda gastronómica se concentra en los últimos días del carnaval, especialmente el 5 y 6 de enero, lo que resalta la necesidad de una **planificación adecuada** para estos picos de afluencia. Los negocios deben enfocarse en **gestionar eficientemente el personal, optimizar inventarios** y asegurar

**recursos suficientes** para atender la gran cantidad de clientes sin afectar la calidad del servicio, garantizando así el éxito operativo y la satisfacción de los visitantes.

**Grafico 4.**

**Comida preferida por los clientes durante la temporada de Carnaval**

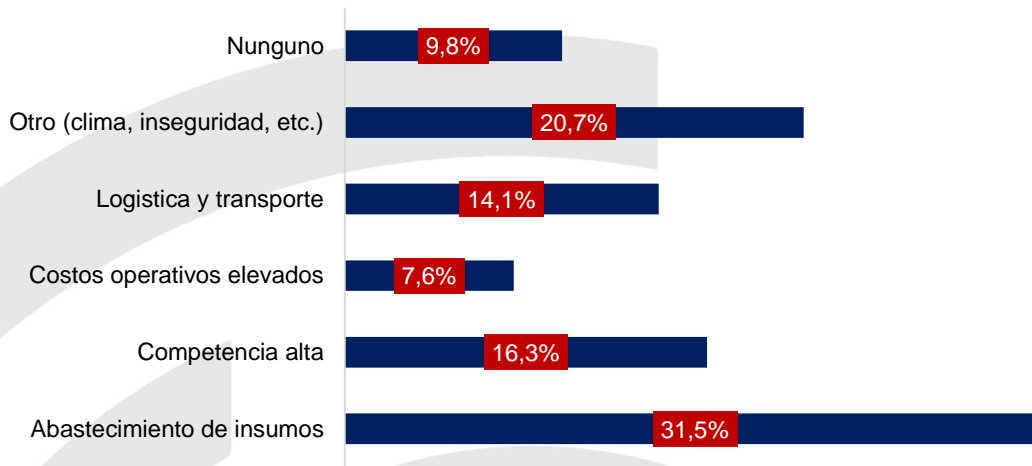


Durante el **Carnaval Multicolor de la Frontera**, la **comida rápida** fue la opción preferida por el **46,7%** de los negocios gastronómicos. Los **platos típicos de la región** ocuparon el segundo lugar con un **28,3%**, reflejando un interés por la gastronomía local y tradicional. Además, los **platos típicos locales**, específicos de la zona del carnaval, fueron elegidos por el **19,6%** de los clientes. Las opciones **internacionales** y **saludables** fueron las menos demandadas, representando solo el **4,3%** y **1,1%** respectivamente.

Este análisis muestra una clara preferencia por comidas de fácil acceso y consumo rápido, junto con un fuerte interés en la gastronomía local y regional. Los negocios gastronómicos deben considerar estos datos al ajustar sus menús y ofertas, asegurando que se satisfagan las expectativas de los visitantes durante el evento.

## Gráfico 5.

### Principales desafíos durante temporada de Carnavales



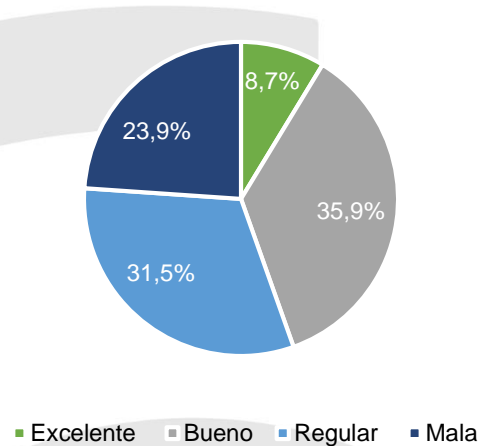
Durante los carnavales de la frontera, los **principales desafíos** para los negocios gastronómicos fueron el **abastecimiento de insumos**, reportado por el **31,5%** de los establecimientos. Este desafío fue impulsado por la alta demanda durante las festividades, lo que dificultó mantener los inventarios necesarios. Además, el **20,7%** de los negocios mencionaron enfrentar **factores externos**, como **condiciones climáticas adversas** o **problemas de seguridad**.

La **alta competencia** entre establecimientos fue otro desafío para el **16,3%** de los negocios, mientras que **logística y transporte** representaron un reto para el **14,1%**. Por último, los **costos operativos elevados** fueron señalados por un **7,6%** de los establecimientos.

Estos retos reflejan la necesidad de **estrategias de planificación** más ágiles y resilientes, tanto en la gestión de insumos como en la respuesta ante factores imprevisibles. Los organizadores y los propios negocios deben estar preparados para mitigar estos desafíos, mejorando la **logística**, la **gestión de inventarios** y la **competitividad** en futuras ediciones del evento.

## Grafico 6.

### ¿Cómo califica la promoción del sector gastronómico en el Carnaval?



El análisis de la percepción de los negocios sobre la promoción del sector gastronómico durante el **Carnaval Multicolor de la Frontera** revela resultados variados. Mientras que el **44,6%** de los negocios valoraron positivamente la organización, calificándola como **buena o excelente**, un porcentaje significativo, el **55,4%**, consideró que fue **regular o mala**.

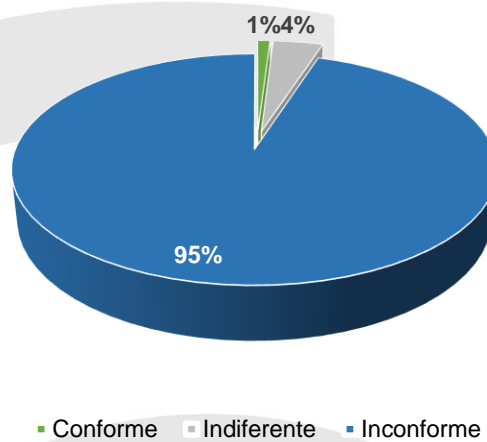
Este balance sugiere que, aunque se han logrado avances en la promoción del sector gastronómico, existen áreas clave que necesitan fortalecerse. Mejorar la visibilidad, la colaboración con los negocios y la infraestructura dedicada a la oferta gastronómica podría aumentar la satisfacción general y maximizar el impacto del evento en este sector. Estos ajustes permitirían al carnaval consolidarse como una plataforma efectiva para destacar la riqueza gastronómica local y atraer un mayor interés de los asistentes.

#### - **Restaurantes tradicionales sector el Charco**

En medio de la investigación se encuestó a 16 restaurantes del sector el Charco lo cual manifestaron un tema de suma relevancia en relación al Bulevar de la carrozas el pasado 7 de enero:

### Gráfico 7.

#### Decisión de la Organización en Cambiar el lugar del Bulevar de las Carrozas



El **95% de los restaurantes del sector del Charco registrados ante Cámara de Comercio de Ipiales expresaron** su inconformidad con la decisión de la Alcaldía Municipal de modificar la programación del **7 de enero**, tradicionalmente celebrado en El Charco, un lugar emblemático para el cierre del Carnaval Multicolor de la Frontera. Este espacio, que servía como punto final para el desfile de carrozas y el reconocido bulevar, era una oportunidad clave para la venta de productos típicos como el **cuy**, considerado uno de los principales atractivos gastronómicos locales. Según los comerciantes, la ausencia de esta actividad afectó significativamente su desempeño económico, registrándose una disminución de más del **70% en las ventas** en comparación con años anteriores. Esta situación refleja la necesidad de mantener y fortalecer las tradiciones que impulsan tanto la cultura como la economía local.

Adicional a ello, se realizó una pregunta a los empresarios enfocada a las acciones que considera necesarias para fortalecer la gastronomía local durante el Carnaval, lo cual en compendio afirman lo siguiente; *“Para fortalecer la gastronomía local durante el Carnaval, es fundamental implementar diversas acciones enfocadas en la promoción, inclusión y apoyo al sector. En primer lugar, se debe incrementar la publicidad y promoción de los establecimientos gastronómicos, especialmente los*

*pequeños restaurantes, cafeterías y puestos móviles, que suelen tener menos visibilidad. Esto incluye campañas de difusión masiva sobre los platos típicos de la región como parte esencial de la identidad cultural de Ipiales, apoyadas por la Alcaldía y la Cámara de Comercio.*

*Además, resulta clave fomentar la realización de eventos especiales, como festivales gastronómicos, concursos y demostraciones culinarias, que involucren tanto a grandes como pequeños comerciantes, fortaleciendo así la oferta culinaria y su atractivo turístico. Estos eventos deben integrarse al programa del Carnaval, garantizando la participación de los negocios locales y resaltando su importancia.*

*Por otro lado, es necesario mejorar la logística y la ubicación de las actividades relacionadas con el Carnaval. Una medida crucial es reevaluar el cambio de la senda, ya que comerciantes y restaurantes han manifestado que esta modificación afectó negativamente el flujo de visitantes y, por ende, las ventas. Retornar al trazado original podría revitalizar el comercio en zonas tradicionales como El Charco, además de complementar la promoción de estos sitios turísticos con campañas específicas. También es importante asegurar el acceso adecuado de trabajadores y clientes a los locales comerciales durante los eventos, resolviendo problemas logísticos detectados en ediciones anteriores.*

*El apoyo institucional juega un rol determinante. Se sugiere otorgar incentivos económicos a los pequeños comerciantes gastronómicos para contrarrestar el aumento de los costos de insumos, así como simplificar los trámites administrativos relacionados con permisos temporales. Adicionalmente, la seguridad debe estar garantizada en las zonas comerciales, especialmente durante actividades nocturnas, para crear un ambiente de confianza que fomente la participación de locales y visitantes.*

*Finalmente, se debe priorizar la inclusión y visibilidad de los pequeños establecimientos gastronómicos. Esto implica asegurar su participación en eventos oficiales del Carnaval y garantizar que las campañas de promoción los incluyan de manera equitativa. También es importante fortalecer la cooperación entre comerciantes y diseñar estrategias que impulsen el crecimiento del sector*

*gastronómico como un motor de desarrollo económico y cultural durante la temporada del Carnaval”.*



## CONCLUSIONES

El análisis estadístico del sector gastronómico durante el Carnaval Multicolor de la Frontera permite concluir que este evento representa una oportunidad clave para impulsar la economía local, gracias a la alta demanda de servicios gastronómicos y la diversidad en las modalidades operativas. La mayoría de los negocios 94,6% operaron como establecimientos fijos, mientras que los puestos móviles y servicios a domicilio complementaron la oferta con un 5,4% y 9,8%, respectivamente, mostrando una preferencia por los locales permanentes, aunque reconociendo el papel estratégico de las otras modalidades.

Durante el Carnaval, los negocios experimentaron una alta afluencia de clientes, con el 64,2% atendiendo a más de 40 personas diariamente, y los días 5 y 6 de enero destacaron como los de mayor actividad. Esto subraya la necesidad de una planificación adecuada de recursos, personal y logística para enfrentar los picos de demanda. Los consumidores demostraron una clara preferencia por la comida rápida, elegida por el 46,7% de los negocios, y los platos típicos de la región, con un 28,3%, evidenciando la relevancia de promover la gastronomía local como parte de la experiencia cultural del evento.

No obstante, el sector enfrentó desafíos significativos, como el abastecimiento de insumos, reportado por el 31,5% de los establecimientos, seguido de factores climáticos y de seguridad 20,7%, y la alta competencia (16,3%). Estos retos reflejan la necesidad de estrategias proactivas y una mayor coordinación entre los actores del sector y las autoridades. Adicionalmente, el cambio en la senda del Carnaval y la reubicación de eventos clave, como el Bulevar de las Carrozas, afectaron significativamente a zonas tradicionales como El Charco, donde se reportó una disminución superior al 70% en las ventas, lo que refuerza la importancia de mantener tradiciones que beneficien tanto la economía como la cultura local.

En cuanto a la promoción del sector, aunque el 44,6% de los negocios calificaron positivamente las acciones realizadas, más del 55% las consideraron regulares o deficientes, lo que resalta la necesidad de fortalecer las estrategias de difusión y colaboración. Para el fortalecimiento del sector gastronómico durante el Carnaval,

los empresarios sugieren incrementar la publicidad, fomentar eventos especiales como festivales y concursos, mejorar la logística, proporcionar incentivos económicos y garantizar la seguridad. Asimismo, se destaca la importancia de priorizar la inclusión y visibilidad de los pequeños negocios, asegurando su participación en campañas y eventos oficiales. Estas acciones permitirán maximizar el impacto positivo del Carnaval en la gastronomía local y en la economía de IpiALES, consolidando al evento como una plataforma para destacar la riqueza cultural y gastronómica de la región.