

ANÁLISIS COMPARATIVO DEL SECTOR GASTRONÓMICO DURANTE EL FESTIVAL IPIALES, CUNA DE GRANDES TRÍOS (2024-2025)

- *Introducción.*

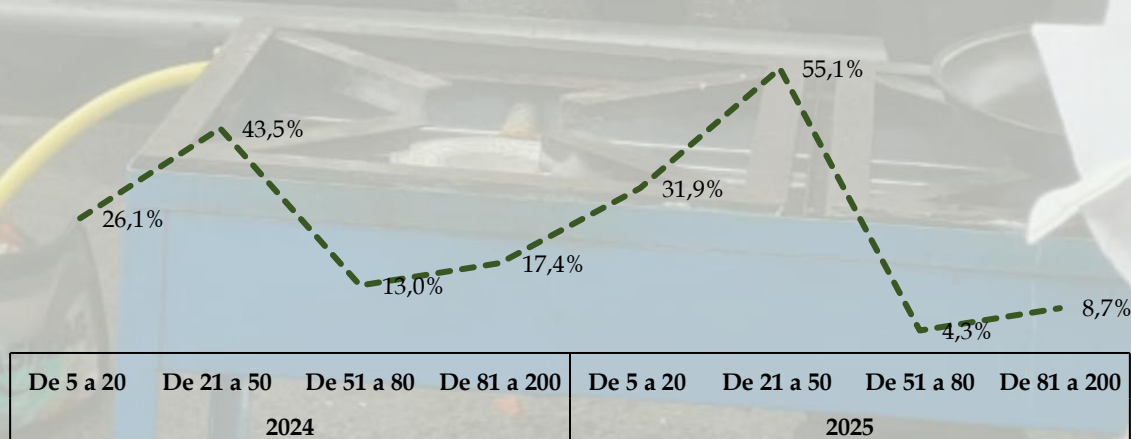
El sector gastronómico constituye uno de los componentes más relevantes dentro de la dinámica turística y cultural del municipio de Ipiales, especialmente durante la realización del **Festival Ipiales, Cuna de Grandes Tríos**, evento que cada año convoca a visitantes locales, nacionales e internacionales. En este contexto, el análisis comparativo de los años **2024 y 2025** permite identificar cambios significativos en la estructura empresarial, las preferencias de consumo y la capacidad operativa de los establecimientos, así como los efectos derivados de factores económicos y coyunturales, entre ellos el **reciente paro en Ecuador**, que incidió parcialmente en el flujo de visitantes hacia la zona de frontera.

El informe busca ofrecer una visión integral sobre el comportamiento del sector gastronómico durante el festival, destacando las transformaciones en la oferta, la demanda y las estrategias de atención implementadas por los empresarios locales, con el propósito de aportar información útil para la formulación de acciones que fortalezcan la competitividad y sostenibilidad del sector.

- *Análisis de la información.*

Gráfico 1.

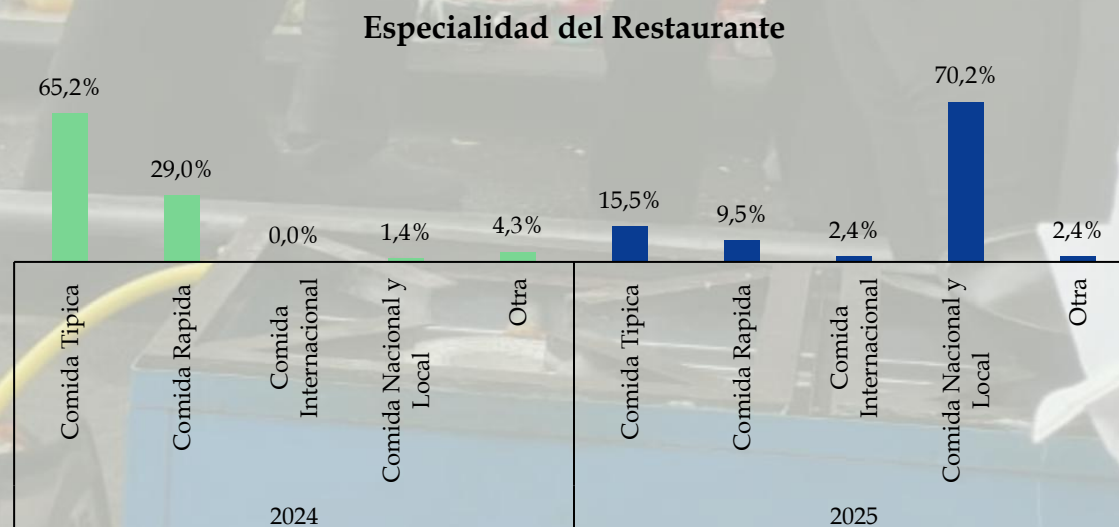
Capacidad Máxima De Clientes (Asientos Disponibles)



El comportamiento de la capacidad máxima de atención en los restaurantes durante las ediciones 2024 y 2025 del Festival Ipiales *Cuna de Grandes Tríos* evidencia cambios significativos en la estructura y oferta del sector gastronómico local, reflejando dinámicas de crecimiento, ajustes operativos y estrategias de adaptación frente al aumento de la demanda turística.

El comportamiento de la capacidad máxima de los restaurantes durante el Festival Ipiales *Cuna de Grandes Tríos* muestra un cambio marcado entre 2024 y 2025. En 2024 predominaban los establecimientos con aforos intermedios (43,5% con 21 a 50 clientes) y una participación relevante de capacidades altas, que alcanzaban el 30,4%. Esto reflejaba un equilibrio entre microempresas y restaurantes de mayor tamaño. Sin embargo, en 2025 se evidencia una concentración hacia capacidades pequeñas y medianas: los establecimientos de 21 a 50 clientes aumentaron a 55,1% y los de 5 a 20 clientes crecieron a 31,9%, mientras que las capacidades superiores se redujeron de manera significativa, descendiendo a un total del 13%. Este cambio sugiere un sector más fragmentado y compuesto por unidades de menor escala, impulsado por ajustes operativos, costos, regulaciones y el ingreso de nuevos emprendimientos.

Gráfico 2.



Entre 2024 y 2025 se observa un cambio importante en las preferencias gastronómicas de los visitantes del festival. En 2024 predominó ampliamente la comida típica (65,2%), seguida por la comida rápida (29%), evidenciando una oferta

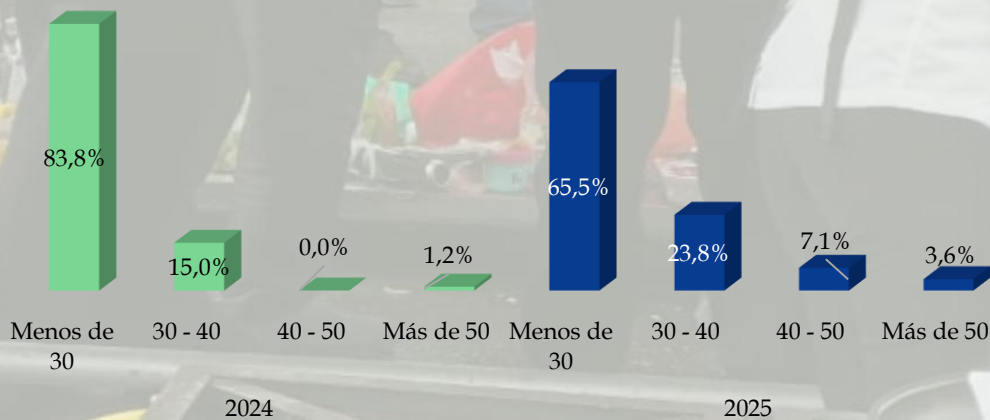
centrada en preparaciones tradicionales y de consumo inmediato. Las demás categorías tuvieron muy poca participación.

En 2025, la tendencia cambia de manera significativa: la **comida nacional y local** se convierte en la especialidad principal con un 70,2%, desplazando a la comida típica, que desciende al 15,5%. Este comportamiento sugiere una mayor valoración de propuestas culinarias que representan la identidad regional y nacional. Paralelamente, la comida rápida disminuye a 9,5% y la comida internacional incrementa levemente a 2,4%, reflejando una diversificación de la oferta.

Los datos muestran una transición desde un mercado concentrado en comida típica hacia una oferta más amplia y enfocada en sabores locales y nacionales, reforzando el papel de la gastronomía como elemento distintivo del festival.

Gráfico 4.

Promedio de Clientes atendidos diariamente durante el festival



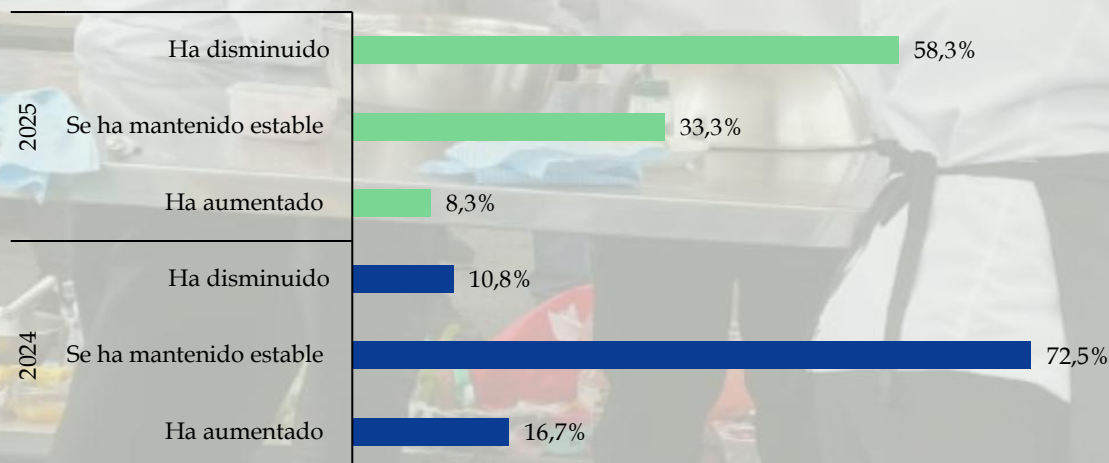
Los datos revelan una variación notable en la afluencia promedio de clientes atendidos por los restaurantes entre 2024 y 2025. En 2024, el comportamiento estuvo altamente concentrado en el rango más bajo: el 83,8% de los establecimientos atendió menos de 30 clientes diarios, evidenciando un flujo moderado y posiblemente limitado por capacidad, ubicación o visibilidad del negocio. Solo un 15% reportó entre 30 y 40 clientes, mientras que las atenciones superiores a 40 clientes fueron prácticamente inexistentes (1,2% para "más de 50" y 0% entre 40 y 50).

En 2025, la dinámica muestra una mejora en la distribución de la demanda. Aunque sigue predominando el grupo de menos de 30 clientes, su proporción disminuye a

65,5%, lo que indica un incremento general en el número de establecimientos que lograron captar mayor afluencia. Los rangos superiores presentan un crecimiento importante: el 23,8% atendió entre 30 y 40 clientes, el 7,1% registró entre 40 y 50 atenciones diarias y el 3,6% superó los 50 clientes. Este comportamiento refleja un aumento en la movilidad de los visitantes, una mejor capacidad de atracción por parte de los restaurantes o una mayor integración del sector en la dinámica del festival.

Gráfico 5.

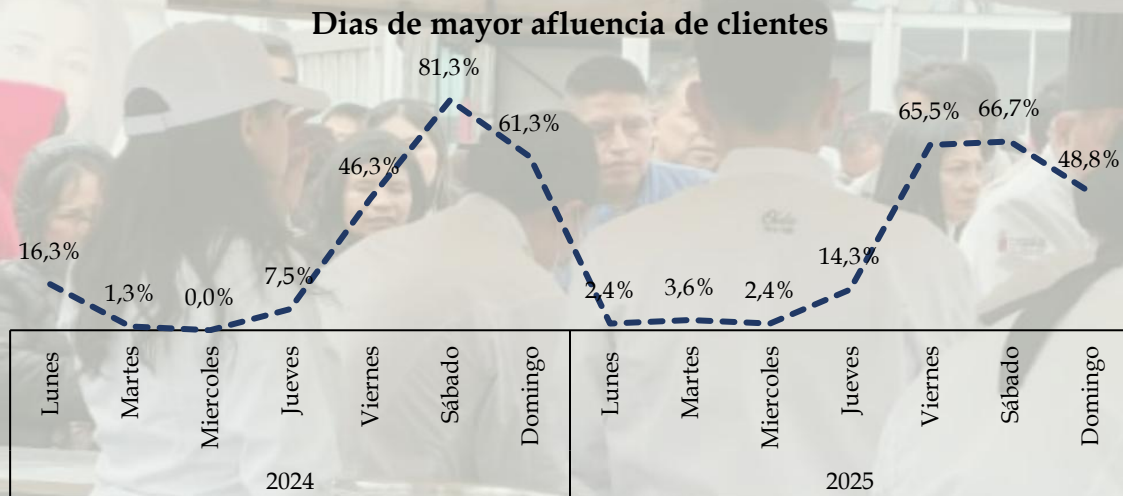
Variación de clientes durante el festival de Tríos



La comparación entre 2024 y 2025 evidencia un cambio significativo en el comportamiento reciente de la demanda en los restaurantes. En 2024, la dinámica fue mayormente positiva o estable: el 72,5% de los establecimientos reportó que la cantidad de clientes se mantuvo estable, mientras que un 16,7% indicó que había aumentado, y solo un 10,8% manifestó una disminución. Esto sugiere que, durante ese periodo, el mercado operaba con relativa normalidad y sin caídas fuertes en la afluencia.

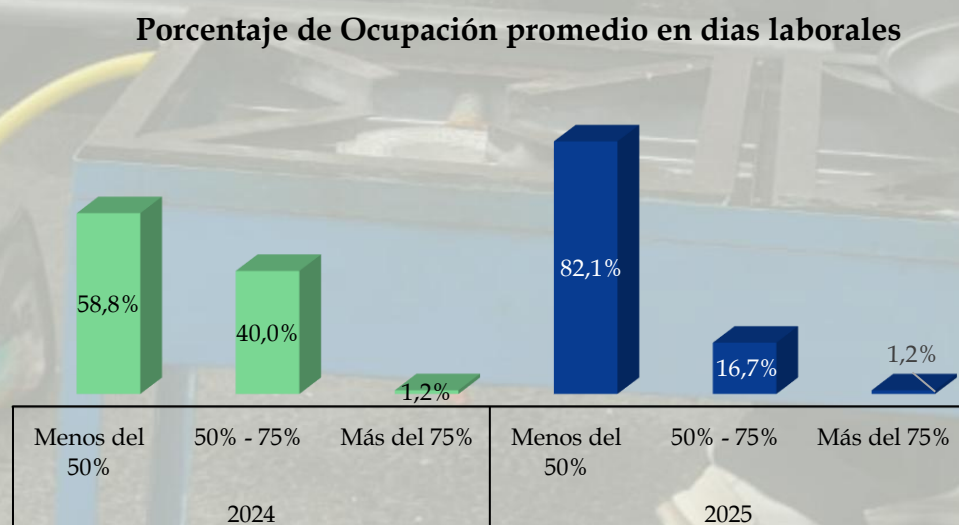
En contraste, para 2025 se observa un escenario marcadamente diferente y menos favorable. Únicamente el 8,3% de los restaurantes reportó un aumento en el número de clientes, mientras que el porcentaje de establecimientos que indican estabilidad cayó drásticamente al 33,3%. La variación más significativa se evidencia en la categoría de disminución, que pasó de 10,8% en 2024 a un 58,3% en 2025, mostrando una percepción generalizada de reducción en la demanda.

Gráfico 6.



En el contexto del Festival Ipiales, Cuna de Grandes Tríos, el sector gastronómico y de restaurantes experimentó un notable incremento en la afluencia de clientes, especialmente durante los fines de semana, donde se concentró la mayor actividad económica. En 2024, el **sábado se consolidó como** el día de mayor presencia de comensales con un 81,3%, seguido del domingo con 61,3% y el viernes con 46,3%, reflejando una clara preferencia del público por consumir durante los días de programación musical y afluencia turística. Para 2025, aunque se observó una ligera variación, la tendencia se mantuvo: el sábado registró un 66,7%, mientras que el viernes alcanzó 65,5% y el domingo 48,8%, posicionándose nuevamente como los días más fuertes para la actividad gastronómica.

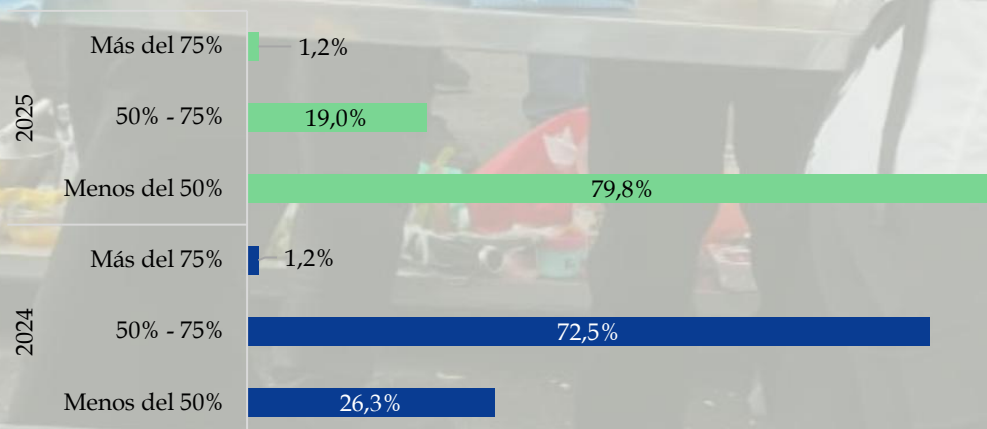
Gráfico 7.



A lo largo de los días de lunes a viernes, el comportamiento de la ocupación mostró una disminución significativa entre 2024 y 2025. En 2024, el promedio estimado de ocupación alcanzó aproximadamente 40,8%, resultado de una distribución donde el 58,8% de los establecimientos operó con niveles inferiores al 50%, el 40% se ubicó entre el 50% y el 75% y solo el 1,2% superó el 75%. Para 2025, la tendencia se profundizó, reduciendo el promedio a cerca de 32,0%, debido a que el 82,1% de los negocios reportó ocupaciones por debajo del 50%, el 16,7% se mantuvo entre 50% y 75% y únicamente el 1,2% superó el 75%. Estas cifras evidencian una disminución significativa en la demanda semanal, afectando la dinámica operativa del sector durante los días laborales.

Gráfico 8.

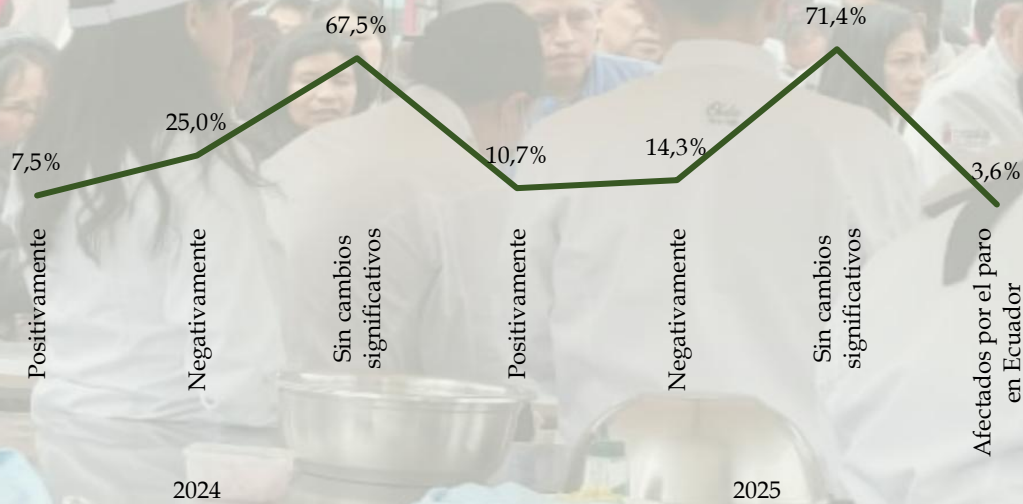
Porcentaje de Ocupación durante fin de semana (Pre y post festival)



En el transcurso de los fines de semana, tanto en el periodo previo como posterior al Festival de Tríos, se observa una variación significativa en los niveles de ocupación entre 2024 y 2025. En 2024, el promedio estimado alcanzó 52,9%, impulsado por el hecho de que el 72,5% de los establecimientos registró ocupaciones entre el 50% y el 75%, mientras que solo el 26,3% operó por debajo del 50% y el 1,2% superó el 75%. Sin embargo, en 2025 el promedio descendió a 32,9%, como resultado de que el 79,8% de los negocios reportó ocupaciones inferiores al 50%, apenas el 19% se ubicó entre el 50% y el 75%, y únicamente el 1,2% superó el 75%. Este comportamiento evidencia una reducción notable en la demanda durante los fines de semana, reflejando menor dinamismo comercial y una disminución en la actividad turística frente al año anterior.

Grafico 9.

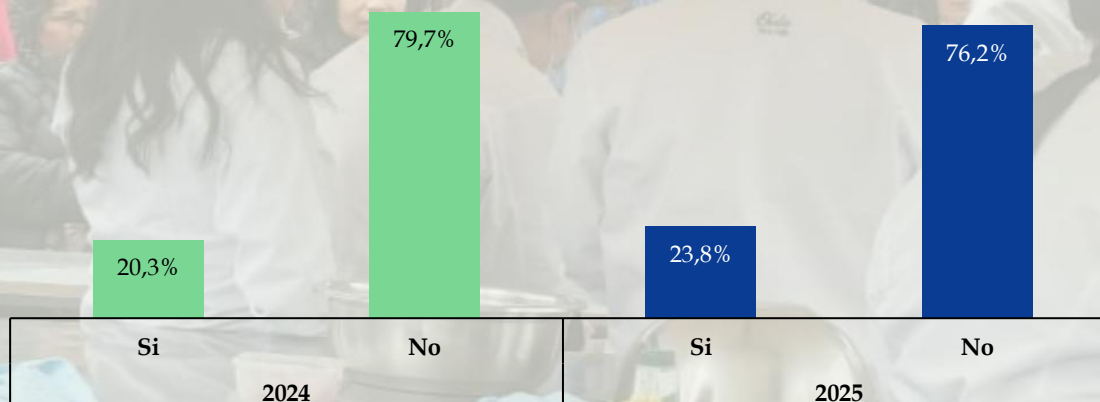
Impacto en la afluencia de clientes durante el Festival de Tríos



Durante el Festival Ipiales, Cuna de Grandes Tríos, el impacto en la afluencia de clientes a los restaurantes mostró variaciones relevantes entre 2024 y 2025. En 2024, el 67,5% de los establecimientos reportó no haber registrado cambios significativos, mientras que el 25% manifestó un impacto negativo y solo el 7,5% evidenció un efecto positivo, lo que sugiere que ese año el festival no logró dinamizar de manera contundente el flujo de comensales. Para 2025, aunque la mayoría de negocios (71,4%) también indicó que no hubo cambios relevantes, se observó una mejora en la percepción positiva, alcanzando el 10,7%, y una reducción del impacto negativo al 14,3%. Adicionalmente, el 3,6% de los empresarios manifestó afectaciones específicas asociadas al paro en Ecuador, lo cual influyó en el comportamiento del público visitante.

Gráfico 10.

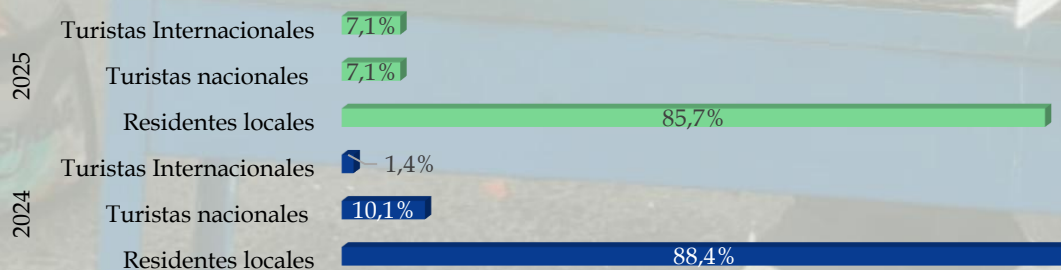
Implementación de estrategias de marketing en los últimos seis meses



Los resultados indican que la implementación de estrategias de marketing para la atracción de clientes ha sido limitada tanto en 2024 como en 2025. En 2024, solo el 20,3% de los establecimientos reportó haber desarrollado acciones de marketing en los últimos seis meses, mientras que el 79,7% no aplicó ninguna estrategia, reflejando una baja adopción de herramientas promocionales o de posicionamiento. Para 2025 se observa una ligera mejora, con un 23,8% de negocios que sí implementaron estrategias y un 76,2% que no lo hicieron. Aunque el incremento es marginal, evidencia un avance moderado en la intención de fortalecer la visibilidad comercial, aunque la mayoría del sector aún no incorpora prácticas sistemáticas de marketing para atraer nuevos clientes o fidelizar a los existentes.

Gráfico 11.

Principal fuente de clientes



Las estadísticas indican que tanto en 2024 como en 2025 se evidencia una clara preferencia en focalizar los esfuerzos hacia la población local, con un 88,4% y 85,7%, respectivamente, lo que evidencia la importancia de fortalecer la demanda interna y generar experiencias que fidelicen a quienes habitan en el territorio. Sin embargo, en 2024 la orientación hacia turistas nacionales (10,1%) e internacionales (1,4%) fue limitada, mientras que en 2025 se observa una diversificación más equilibrada, con 7,1% para turistas nacionales y un crecimiento notable en la recomendación hacia turistas internacionales (7,1%). Esto sugiere una visión más amplia del mercado, donde se reconoce la oportunidad de posicionar la gastronomía local como un atractivo turístico complementario. En consecuencia, se recomienda diseñar estrategias diferenciadas por segmento: campañas de fidelización y consumo recurrente para la población local; alianzas con operadores turísticos y presencia en plataformas digitales para captar visitantes nacionales; y acciones de promoción cultural y culinaria para atraer turistas internacionales y fortalecer la imagen gastronómica de Ipiales como destino.

- *Cuadro comparativo de recomendaciones para promover el sector gastronómico como atractivo turístico y cultural (2024 - 2025)*

A continuación, se presenta un cuadro comparativo que reúne las principales recomendaciones formuladas por los empresarios del sector gastronómico durante los años 2024 y 2025, en respuesta a la pregunta sobre los apoyos o políticas gubernamentales necesarias para fortalecer este sector como atractivo turístico y cultural.

Aspecto	Recomendaciones 2024	Recomendaciones 2025
1. Servicios básicos y seguridad	Resolver el desabastecimiento de agua y fortalecer la seguridad en zonas comerciales , garantizando condiciones adecuadas para la operación y atención al público.	Mejorar la seguridad en los sectores gastronómicos y turísticos , con mayor presencia policial y control en puntos críticos como el Parque San Felipe.
2. Incentivos económicos y apoyo financiero	Implementar créditos, subsidios y alivios tributarios que fortalezcan la sostenibilidad económica del sector gastronómico.	Otorgar incentivos fiscales, subsidios y créditos blandos para impulsar la formalización y competitividad de los negocios.

Aspecto	Recomendaciones 2024	Recomendaciones 2025
3. Promoción turística y cultural	Desarrollar campañas de promoción turística que posicionen la gastronomía local como atractivo cultural y atraigan visitantes nacionales e internacionales, especialmente ecuatorianos.	Potenciar la promoción del sector gastronómico mediante ferias, festivales y campañas publicitarias en redes sociales y medios nacionales e internacionales.
4. Capacitación empresarial	Brindar orientación sobre gestión de recursos y servicio al cliente para fortalecer la calidad y sostenibilidad del sector.	Impulsar capacitaciones en marketing digital, atención al cliente y manipulación de alimentos con apoyo institucional.
5. Articulación institucional y participación	Fomentar la coordinación entre autoridades locales y empresarios para atender los principales desafíos del sector.	Aumentar el apoyo institucional en promoción y participación en ferias , garantizando la inclusión de todos los establecimientos gastronómicos.

- Conclusiones

El impacto económico en el sector gastronómico durante el Festival Ipiales, Cuna de Grandes Tríos, fue moderado, dado que la mayoría de los establecimientos reportó no haber experimentado cambios significativos en la afluencia de clientes tanto en 2024 (67,5%) como en 2025 (71,4%). Aunque se observa una ligera mejora en la percepción positiva en 2025 (10,7% frente a 7,5% en 2024) y una reducción del impacto negativo, estos resultados indican que el festival, si bien aporta dinamismo cultural y turístico, no se ha traducido en un incremento sustancial del consumo en los restaurantes, evidenciando la necesidad de fortalecer la articulación entre la agenda cultural y la oferta gastronómica local para potenciar su efecto económico.

El marcado aumento de establecimientos que perciben una reducción en el número de clientes durante 2025 sugiere cambios estructurales o coyunturales que afectan la actividad comercial, entre ellos factores económicos, variaciones en el turismo o ajustes en la oferta. Este comportamiento demanda estrategias de fortalecimiento y promoción para recuperar la afluencia y mejorar el desempeño del sector gastronómico en el corto plazo.

El sector gastronómico mantiene una fuerte dependencia de la población local, dado que en 2024 y 2025 más del 85% de las recomendaciones se orientaron a este segmento, lo que evidencia la necesidad de fortalecer acciones de fidelización, consumo recurrente y posicionamiento territorial para sostener la demanda interna.

Aunque la orientación hacia turistas nacionales e internacionales sigue siendo limitada, en 2025 se observa una apertura más equilibrada, con un 7,1% en ambos segmentos, lo que revela una oportunidad para diversificar los mercados objetivo. Esto sugiere la conveniencia de implementar estrategias de promoción turística y alianzas con actores del sector para consolidar la gastronomía de Ipiales como un atractivo complementario.

En conclusión, la comparación entre 2024 y 2025 evidencia un cambio profundo en las preferencias gastronómicas de los asistentes al Festival Ipiales *Cuna de Grandes Tríos*. Mientras en 2024 predominaba la comida típica y las opciones rápidas, en 2025 se consolidó una fuerte inclinación hacia la comida nacional y local, que pasó a ser la especialidad más destacada del sector. Este giro refleja una mayor valorización de la identidad culinaria regional, una diversificación de la oferta y la adaptación de los restaurantes a las nuevas demandas del público. El resultado es un escenario gastronómico más representativo del territorio y mejor alineado con las tendencias actuales de consumo cultural y turístico.