

SEMANA
SANTA 2026

ANÁLISIS ESTADÍSTICO SECTOR GASTRONÓMICO



Centro de
Estudios Económicos
y Alianzas Estratégicas
Cámara de Comercio de IpiALES

ANÁLISIS ESTADÍSTICO SECTOR GASTRONÓMICO EN SEMANA SANTA 2026

SEMANA SANTA 2026

INTRODUCCIÓN

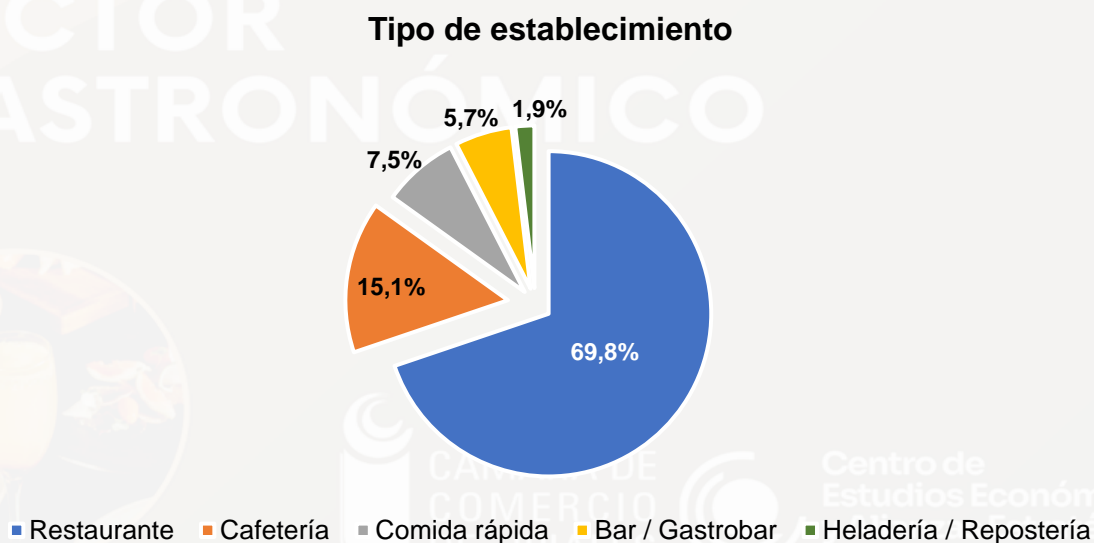
El Centro de Estudios Económicos y Alianzas Estratégicas de la Cámara de Comercio de Ipiales, con el fin de analizar el comportamiento del sector gastronómico durante la Semana Santa de 2026, llevó a cabo un proceso de recolección de información mediante encuestas dirigidas a establecimientos representativos del municipio. A partir de este ejercicio se logró obtener información clave sobre tendencias de consumo, niveles de ocupación, dinámica de ventas, flujo de clientes y principales desafíos que enfrentaron los empresarios en este periodo.

Los resultados presentados constituyen una base relevante para orientar la toma de decisiones estratégicas, tanto para el sector empresarial como para las entidades públicas y actores que participan en el desarrollo económico local, permitiendo identificar oportunidades de mejora y fortalecimiento del sector.

RESULTADOS Y ANALISIS

A continuación, se presente el análisis estadístico:

Gráfico 1.



La estructura del sector gastronómico evidencia una marcada concentración en los restaurantes, los cuales alcanzan el 69,8% del total, posicionándose como el núcleo

predominante de la oferta. Esta alta participación no solo refleja su capacidad de adaptación a diferentes tipos de demanda, sino también su rol central dentro de la experiencia turística y local. En comparación, las cafeterías, con un 15,1%, ocupan un segundo nivel, mostrando una presencia relevante pero claramente no tanto como los restaurantes.

En un tercer nivel se ubican los establecimientos de comida rápida con un 7,5%, seguidos por bares y gastrobares con 5,7%, lo que indica una diversificación limitada pero funcional dentro del sector. Finalmente, las heladerías y reposterías, con apenas un 1,9%, presentan una participación marginal, lo que sugiere oportunidades de crecimiento en nichos específicos. En conjunto, la distribución revela un mercado poco equilibrado, altamente concentrado en una sola categoría, lo que puede implicar riesgos ante cambios en las preferencias del consumidor o en las dinámicas del turismo.

Gráfico 2

Su establecimiento operó durante la Semana Santa

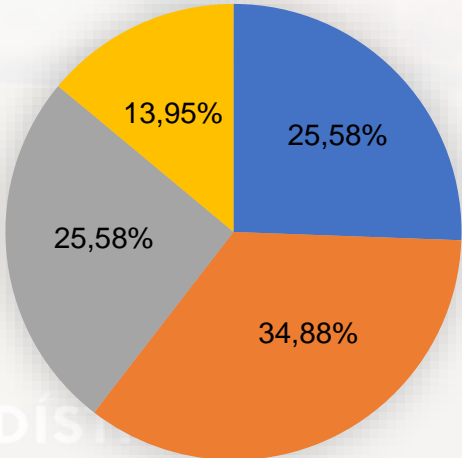


Durante la Semana Santa, el 77,4% de los establecimientos mantuvo sus operaciones activas, lo que demuestra una alta disposición del sector para aprovechar esta temporada considerada estratégica. Este comportamiento pone en evidencia que la mayoría de los actores económicos reconoce este periodo como una oportunidad clave para incrementar ingresos, apalancados en el aumento del flujo turístico y en la mayor circulación de consumidores locales.

Por otro lado, el 22,6% que no operó refleja la existencia de limitaciones estructurales o decisiones estratégicas que impidieron su participación en este ciclo. Este grupo puede estar influenciado por factores como costos operativos, falta de personal o baja expectativa de demanda. En términos generales, la alta tasa de apertura confirma la relevancia de la temporada, pero también deja ver que no todos los establecimientos no aprovechan este periodo.

Gráfico 3.

¿Cuál es el promedio de clientes atendidos diariamente durante la Semana Santa?



■ Menos de 30 ■ Entre 30 – 40 ■ Entre 40 – 50 ■ Mas de 50

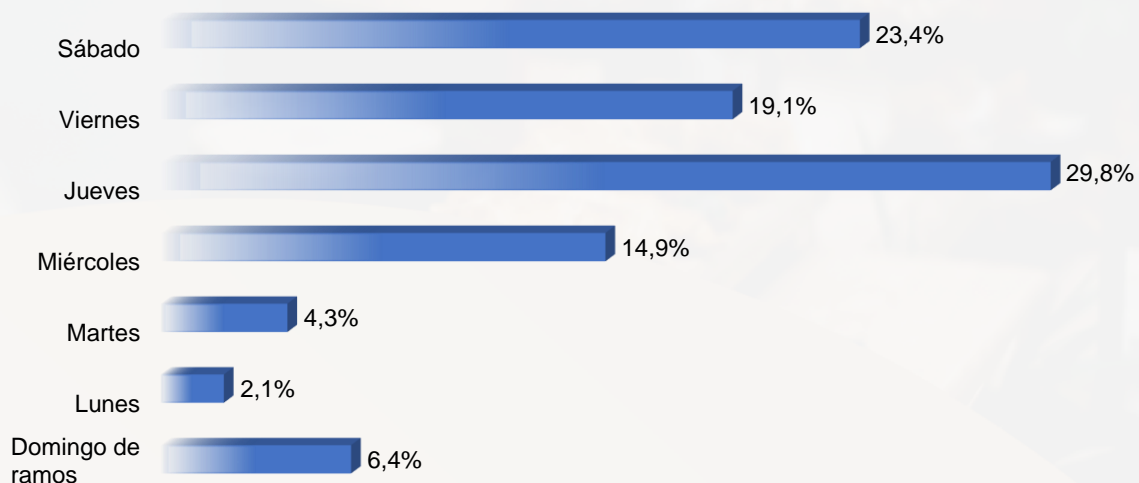
El volumen de clientes atendidos diariamente permite identificar un comportamiento mayoritariamente intermedio dentro del sector. El 34,88% de los establecimientos se ubica en el rango de 30 a 40 clientes por día, lo que indica un nivel de actividad sostenido, pero sin alcanzar picos elevados de consumo. Este dato sugiere una demanda relativamente estable, aunque con limitaciones para generar altos niveles de rotación.

Adicionalmente, un 25,58% atendió menos de 30 clientes, lo que evidencia la existencia de segmentos con baja afluencia, posiblemente asociados a factores como ubicación, visibilidad o propuesta de valor. En contraste, otro 25,58% logró atender entre 40 y 50 personas, mientras que solo un 13,95% superó los 50 clientes

diarios. Este último grupo representa a los establecimientos con mejor desempeño, lo que permite inferir que la alta demanda se concentra en pocos actores, generando una distribución desigual dentro del mercado.

Gráfico 4.

¿cuál fue el día con más afluencia de clientes?

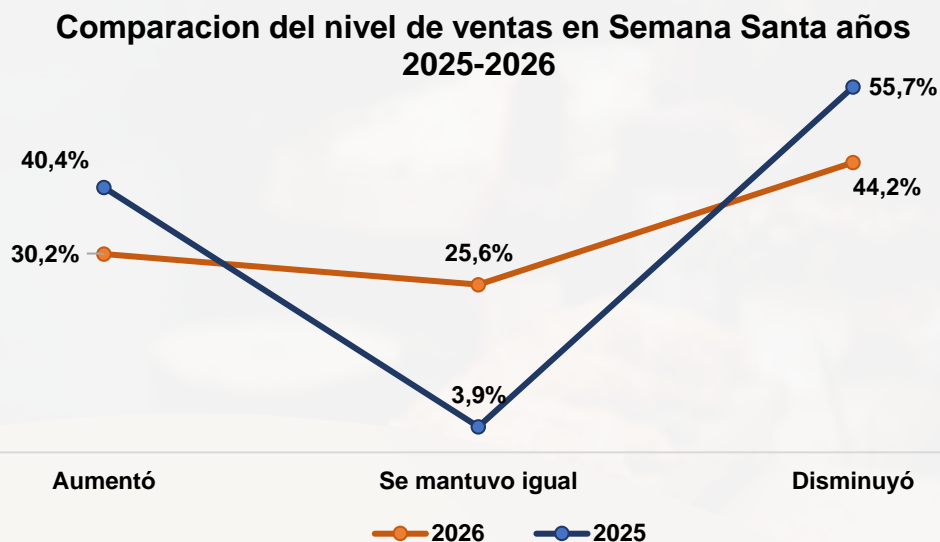


El comportamiento de la demanda a lo largo de la Semana Santa presenta una dinámica claramente concentrada en los días centrales. El jueves se posiciona como el día de mayor actividad con un 29,8%, seguido del sábado con 23,4% y el viernes con 19,1%. Esta información confirma que el flujo de consumidores alcanza su punto máximo en el tramo medio de la semana, coincidiendo con los momentos de mayor movilidad turística.

En contraste, los primeros días presentan niveles considerablemente más bajos, con el lunes registrando apenas un 2,1% y el martes un 4,3%. El miércoles muestra una leve recuperación con 14,9%, mientras que el domingo de ramos alcanza un 6,4%. Este comportamiento evidencia una activación progresiva de la demanda, seguida de una concentración puntual y una posterior disminución, lo que plantea

la necesidad de implementar estrategias que permitan distribuir de manera más equilibrada el flujo de clientes durante toda la semana.

Gráfico 5.



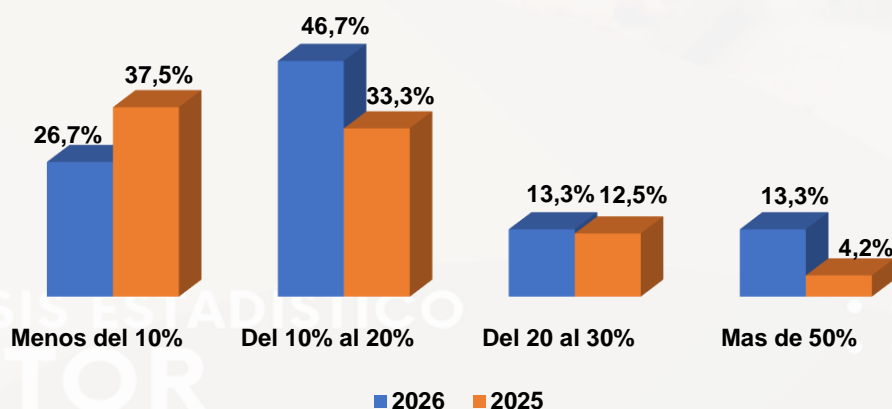
El análisis comparativo entre 2025 y 2026 muestra un comportamiento que, más que una mejora sostenida, refleja una redistribución en los resultados del sector gastronómico durante la Semana Santa. En 2026, el 30,2% de los establecimientos reportó incrementos en sus ventas, cifra inferior al 40,4% registrado en 2025, lo que indica una reducción en la proporción de negocios que lograron crecer. Este cambio sugiere una desaceleración en la dinámica comercial, posiblemente asociada a un menor flujo de visitantes o a una menor efectividad en las estrategias de atracción de demanda.

Sin embargo, también se observa un ajuste positivo en la proporción de establecimientos que reportaron disminución en sus ventas, pasando de 55,7% en 2025 a 44,2% en 2026. Aunque sigue siendo un valor alto, esta reducción indica que menos negocios se vieron afectados negativamente, lo que puede interpretarse como un leve avance en la capacidad del sector para enfrentar la temporada. Aun así, la persistencia de este porcentaje evidencia que la recuperación sigue siendo parcial y desigual entre los actores del mercado.

Un elemento clave en este análisis es el comportamiento de los establecimientos que mantuvieron estables sus ventas, los cuales pasaron de apenas 3,9% en 2025 a 25,6% en 2026. Este incremento significativo refleja una mayor estabilización en el sector, donde más negocios lograron sostener su nivel de ingresos sin caer en pérdidas. Estos resultados muestran un mercado menos extremo que el año anterior, pero todavía exigente, en el que la estabilidad empieza a ganar terreno, aunque persisten retos importantes en competitividad, diferenciación y adaptación estratégica.

Gráfico 6

Comparación en el aumento de ventas en Semana Santa, años (2025-2026)



Al profundizar en el nivel de los incrementos, se observa que el crecimiento en 2026 presenta una estructura más equilibrada en comparación con el año anterior. El rango entre el 10% y el 20% concentra el **46,7%** de los establecimientos, superando ampliamente el **33,3%** registrado en 2025. Este resultado indica que una mayor proporción de negocios logró consolidar aumentos moderados, lo cual es un indicador de estabilidad en la recuperación del sector.

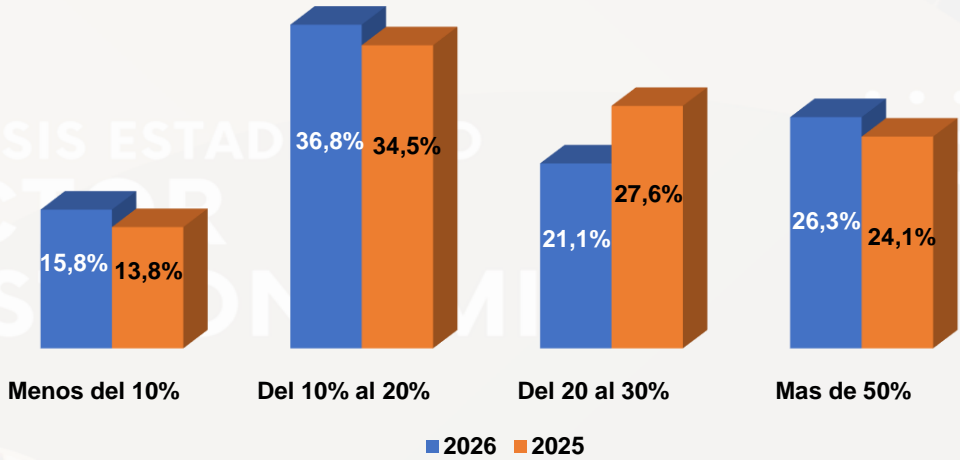
En contraste, los incrementos inferiores al 10% reducen su participación en 2026, lo que sugiere que menos establecimientos se quedaron en niveles de crecimiento marginal. Este desplazamiento hacia rangos más altos puede interpretarse como una mejora en la capacidad de los negocios para captar demanda y generar mayor

volumen de ventas. Sin embargo, esta tendencia no se traduce en un aumento de los crecimientos más altos, ya que los incrementos superiores al 50% disminuyen de forma considerable frente a 2025.

Este comportamiento permite concluir que el crecimiento en 2026 fue más distribuido y menos dependiente de resultados excepcionales, mientras en 2025 se observaba una mayor dispersión entre crecimientos muy bajos y altos. En 2026 se configura un escenario más consistente, donde predominan los aumentos intermedios. Desde una perspectiva estratégica, esto puede interpretarse como una señal de maduración del mercado, aunque también plantea el reto de impulsar condiciones que permitan escalar hacia niveles de crecimiento más grandes.

Gráfico 7.

Comparación en la disminución de ventas en Semana Santa, años (2025-2026)



El comportamiento de la disminución en ventas entre 2025 y 2026 muestra una reconfiguración en la intensidad de las caídas, más que un deterioro general del sector. En el segmento de reducciones menores al 10%, se registra un **15,8%** en 2026 frente a un **13,8%** en 2025, lo que indica un leve aumento en las afectaciones de baja intensidad. Por su parte, el rango del 10% al 20% concentra la mayor participación, con un **36,8%** en 2026, superando el **34,5%** del año anterior, lo que

confirma que las disminuciones moderadas siguen siendo las más representativas dentro del comportamiento general.

En el rango del 20% al 30%, se observa un **21,1%** en 2026 frente al **27,6%** en 2025, lo que evidencia una reducción en las caídas intermedias. Este cambio sugiere que parte de estos casos se desplazaron hacia otros niveles, especialmente hacia rangos más bajos o altos de afectación. De manera complementaria, en el nivel superior, correspondiente a disminuciones mayores al 50%, se presenta un leve incremento de **24,1%** en 2025 a **26,3%** en 2026. Aunque este aumento indica una ligera mayor presencia de caídas más pronunciadas, su variación es moderada y se mantiene dentro de la dinámica propia del mercado.

Entre tanto, estos resultados permiten interpretar que el sector no presenta un comportamiento homogéneo, sino una distribución más equilibrada entre distintos niveles de afectación. Si bien persisten retos en algunos segmentos, también se evidencia una transición hacia escenarios donde predominan las caídas leves y moderadas, lo que abre espacio para procesos de ajuste, adaptación y mejora en la gestión comercial de los establecimientos.

CONCLUSIÓN

El comportamiento del sector gastronómico durante la Semana Santa de 2026 refleja una recuperación parcial, caracterizada por un aumento en la proporción de establecimientos con resultados positivos y una mayor concentración de la demanda en los días clave. Este escenario sugiere una reactivación del mercado, impulsada por condiciones favorables en términos de flujo de visitantes y consumo.

No obstante, persisten brechas importantes en el desempeño, evidenciadas en la proporción de establecimientos que reportan caídas en sus ventas y en la desigual distribución de clientes. Esta dualidad pone en evidencia la necesidad de fortalecer estrategias comerciales, mejorar la diferenciación y optimizar la experiencia del cliente, con el fin de lograr un crecimiento más equilibrado y sostenible en futuras temporadas.



**CAMARA DE
COMERCIO
DE IPIALES**



**Centro de
Estudios Económicos
y Alianzas Estratégicas**
Cámara de Comercio de IpiALES