



ALCALDÍA
DE
CHÍA



ANÁLISIS DE CARACTERIZACIÓN DE ASISTENTES A LA SEMANA SANTA Y FISH FESTIVAL 2025

Fecha de elaboración: 28 de Mayo de 2025

INTRODUCCIÓN

El presente informe presenta los resultados del análisis de caracterización de los asistentes a los eventos Semana Santa y Fish Festival 2025, realizados en el municipio de Chía. La caracterización se llevó a cabo mediante la aplicación de encuestas presenciales durante el desarrollo de ambos eventos, con el propósito de identificar los perfiles sociodemográficos, comportamientos de participación, motivaciones de asistencia, patrones de gasto y niveles de satisfacción de los asistentes.

La información obtenida permite una comprensión más profunda de las dinámicas de afluencia turística, así como del impacto económico y social de estas actividades en el territorio. A su vez, los resultados del análisis ofrecen insumos estratégicos para el diseño y fortalecimiento de futuras acciones de promoción, organización y mejoramiento de la oferta cultural, religiosa y gastronómica del municipio. Finalmente, el informe evalúa la efectividad de los canales de difusión utilizados e identifica oportunidades de mejora para próximas ediciones de estos eventos.

PALABRAS CLAVE

- **Evento:** Actividad programada y organizada con fines culturales, turísticos o comerciales, que convoca a residentes, turistas y visitantes en un espacio y tiempo determinado.
- **Visitante:** Persona que se desplaza a un destino turístico por un solo día, sin pernoctar.
- **Turista:** Persona que realiza un viaje y permanece al menos una noche y hasta 365 días en el destino visitado.
- **Residente:** Persona cuya residencia habitual se encuentra en el municipio o ciudad objeto del estudio.
- **No residente:** Persona que se encuentra de visita en el municipio o ciudad, sin tener en ella su residencia habitual.
- **Canal de conocimiento del evento:** Medio a través del cual los asistentes se enteran de la realización de un evento (por ejemplo: redes sociales, medios de comunicación, recomendaciones, páginas web oficiales, entre otros).

Contexto y Metodología

- **Objetivo:** Caracterizar a la población asistente a los eventos Semana Santa y Fish Festival 2025 en el municipio de Chía, a través del análisis de sus perfiles, motivaciones, comportamientos y niveles de satisfacción.
- **Periodo de medición:** Del 13 al 20 de abril de 2025.
- **Técnica de recolección:** Aplicación de un formulario tipo encuesta, administrado de forma presencial a los asistentes durante el desarrollo de ambos eventos.
- **Fecha de aplicación:** La recopilación de datos se llevó a cabo entre el 13 y el 20 de abril de 2025.

INDICADORES Y CÁLCULO

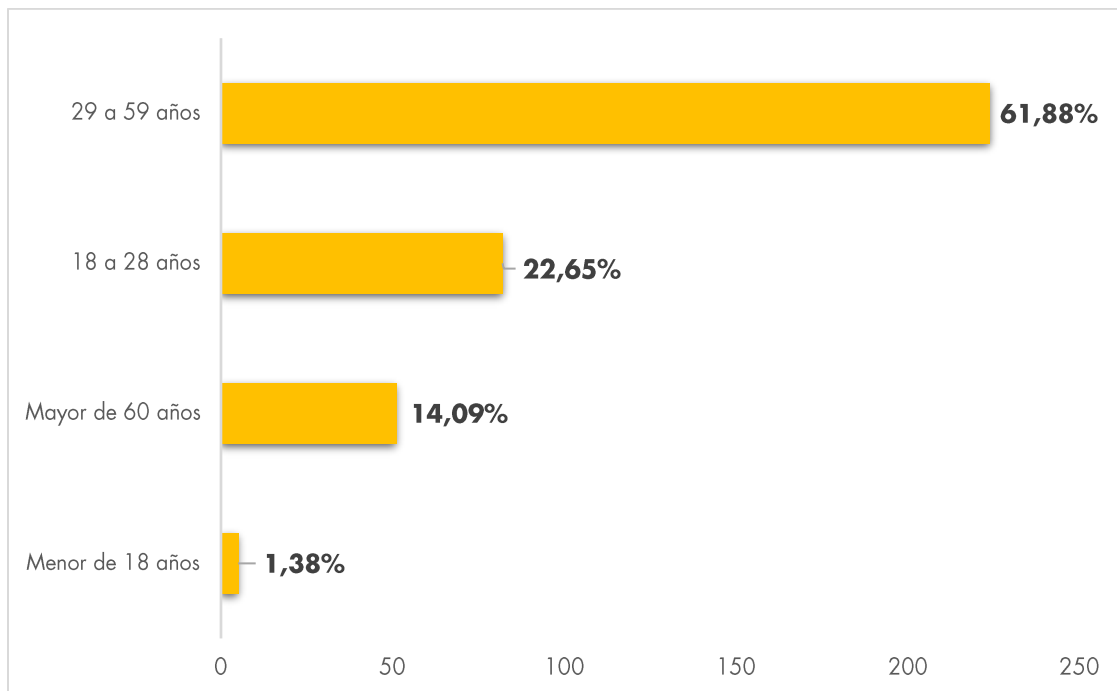
- **Porcentaje de distribución por rango etario:**
Representa la proporción de asistentes según grupo de edad.
Cálculo: $(\text{Número de encuestados en cada rango etario} / \text{Total de encuestados}) \times 100$.
- **Porcentaje de asistentes por género:**
Mide la distribución de los participantes según su identificación de género.
Cálculo: $(\text{Número de registros por género} / \text{Total de encuestados}) \times 100$.
- **Número de residentes del municipio por vereda:**
Determina la cantidad de asistentes que residen en Chía, discriminados por vereda.
Cálculo: Suma total de encuestados residentes agrupados por vereda.
- **Número de asistentes no residentes:**
Identifica la cantidad de asistentes cuya residencia habitual está fuera del municipio.
Cálculo: Suma total de encuestados clasificados como no residentes, agrupados por lugar de procedencia.
- **Porcentaje de pernoctación:**
Mide la proporción de asistentes que permanecieron al menos una noche en

el municipio.
Cálculo: $(\text{Número de asistentes que pernoctaron} / \text{Total de encuestados}) \times 100$.

- **Porcentaje por canal de conocimiento del evento:**
Indica cómo los asistentes se enteraron del evento.
Cálculo: $(\text{Número de respuestas por canal de difusión} / \text{Total de encuestados}) \times 100$.
- **Índice de satisfacción del evento:**
Evalúa la percepción general de los asistentes sobre la calidad del evento.
Cálculo: Distribución porcentual de las respuestas según la calificación otorgada al evento (escala de satisfacción).

RESULTADOS

DISTRIBUCIÓN DE ASISTENTES POR RÁNGO ETARIO

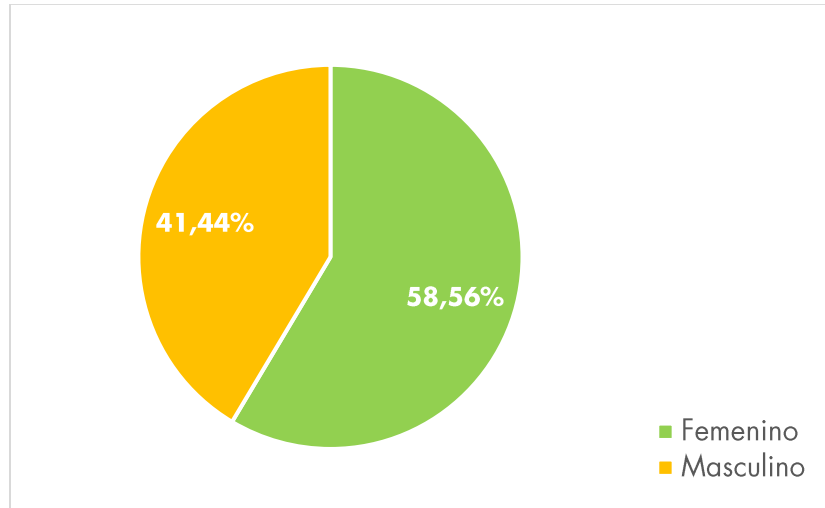


Gráfica 1. Rango de edad asistentes Semana Santa y Fish Festival 2025. Fuente: SITCHIA.

Del total de 362 personas encuestadas durante la ***Semana Santa y el Fish Festival 2025***, el **61,88 %** corresponde a personas entre los 29 y 59 años, seguidos por un **22,65 %** de asistentes entre 18 y 28 años, lo que representa un 84,53 % del total, concentrado en adultos jóvenes y adultos en edad productiva.

Los mayores de 60 años constituyeron el **14,09 %** de los participantes, mientras que los menores de 18 años representaron apenas el **1,38 %**. Estos resultados evidencian una alta participación del público adulto, segmento que suele tener mayor capacidad de consumo, lo cual resulta positivo para la dinamización económica local. No obstante, también sugieren la necesidad de diseñar estrategias dirigidas a atraer población más joven y familias con menores, a fin de ampliar la cobertura y diversificación del público en futuras ediciones de los eventos.

ASISTENTES POR GÉNERO

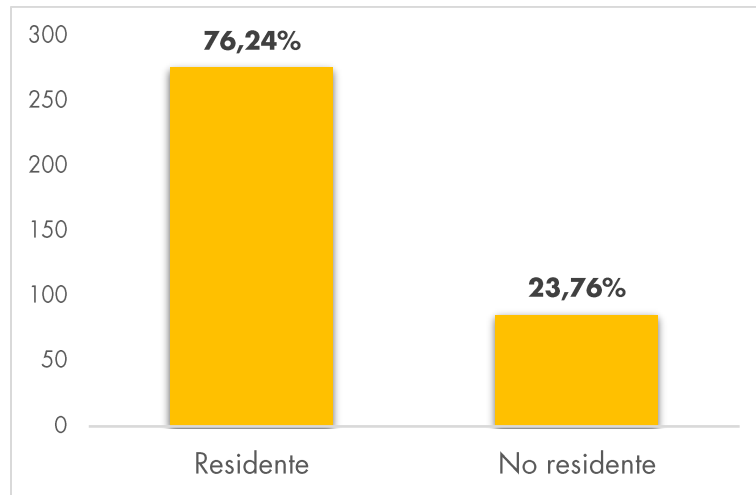


Gráfica 2. Género asistentes Semana Santa y Fish Festival 2025. Fuente: SITCHIA.

Se consultó a un total de 362 personas, de las cuales el **58,56 %** se identificó con el género femenino y el **41,44 %** con el género masculino.

Esta distribución evidencia una mayor participación del género femenino en los eventos, lo cual aporta información relevante sobre los públicos actuales. Si bien no se pueden establecer causas directas, estos resultados permiten orientar futuras estrategias de comunicación y programación que respondan de manera equilibrada a las preferencias e intereses de todos los grupos poblacionales, promoviendo una participación más amplia y diversa.

ASISTENTES RESIDENTES EN EL MUNICIPIO

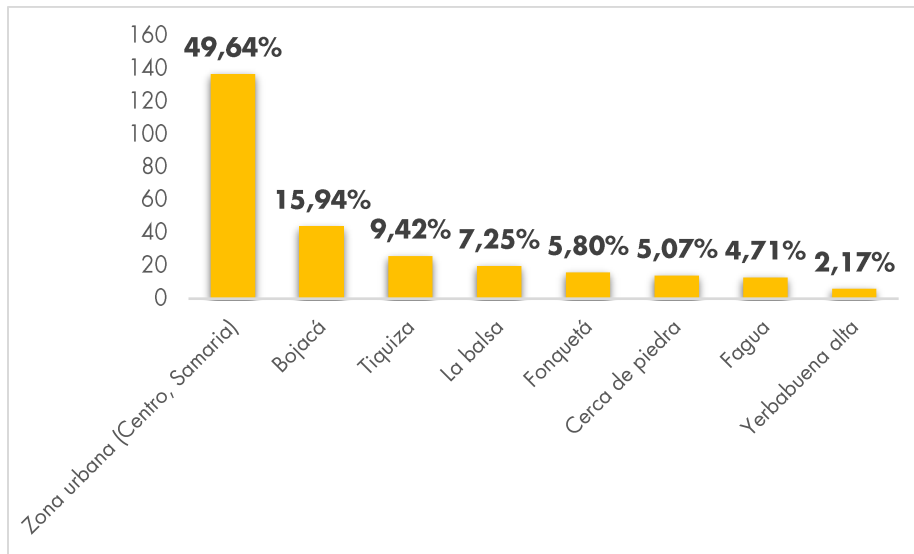


Gráfica 3. Residentes en el municipio en el total de asistentes Semana Santa y Fish Festival 2025. Fuente: SITCHIA.

Del total de 362 personas encuestadas, el **76,24 %** (276 personas) manifestó residir en el municipio de Chía, evidenciando una alta participación de la comunidad local en los eventos. Por su parte, el **23,76 %** (86 personas) indicó provenir de otros municipios, lo que confirma el alcance más allá del Municipio, respecto de las actividades realizadas y el potencial de atracción turística de los festivales.

Esta distribución sugiere que, si bien los eventos tienen una fuerte acogida entre la población residente, también logran despertar el interés de visitantes no residentes, lo que contribuye al fortalecimiento del turismo local y al posicionamiento de Chía como un destino cultural y gastronómico en la Región.

DISTRIBUCIÓN DE RESIDENTES POR VEREDA



Gráfica 4. Residentes en el municipio por vereda en el total de asistentes Semana Santa y Fish Festival 2025. Fuente: SITCHIA.

El análisis de procedencia de los **276** asistentes residentes en el municipio de Chía muestra una clara concentración de participación en la zona urbana (Centro y Samaria), que representa el **49,64 %** del total, es decir, 137 personas. Esto evidencia que casi 1 de cada 2 asistentes residentes proviene de la zona urbana, donde se concentran servicios, equipamientos y acceso más inmediato a la programación cultural.

En segundo lugar, se encuentra la vereda Bojacá con un **15,94 %** (44 personas), lo que refleja una participación destacada desde sectores rurales cercanos, posiblemente influenciada por conectividad vial o interés comunitario. Le siguen Tiquiza con **9,42 %** (26 personas) y La Balsa con **7,25 %** (20 personas), completando junto al centro más del **80 %** del total de residentes asistentes al evento encuestados. Otras veredas como Fonquetá (**5,80 %**), Cerca de Piedra (**5,07 %**), Fagua (**4,71 %**) y Yerbabuena Alta (**2,17 %**) muestran una participación menor, aunque significativa, que sugiere la necesidad de continuar fortaleciendo la difusión y accesibilidad de los eventos en estos sectores.

Este comportamiento territorial permite identificar las zonas con mayor nivel de apropiación y asistencia a los eventos, así como oportunidades para descentralizar

la oferta cultural y turística en próximas ediciones, promoviendo una participación más equilibrada en todo el municipio.

PROCEDENCIA ASISTENTES NO RESIDENTES

Lugar de procedencia	Cuenta de ¿Cuál es su lugar de residencia habitual?	%
Bogotá	43	50,00%
Cajicá	18	20,93%
Cota	6	6,98%
Tolima	3	3,49%
Tabio	2	2,33%
Zipaquirá	2	2,33%
Sopó	2	2,33%
Madrid	2	2,33%
Barranquilla	1	1,16%
California EEUU	1	1,16%
Cartagena	1	1,16%
Meta	1	1,16%
Estados Unidos	1	1,16%
Mosquera	1	1,16%
Medellín	1	1,16%
Soacha	1	1,16%
Total general	86	100%

Tabla 1. Número de asistentes no residentes a la Semana Santa y Fish Festival 2025. Fuente: SITCHIA.

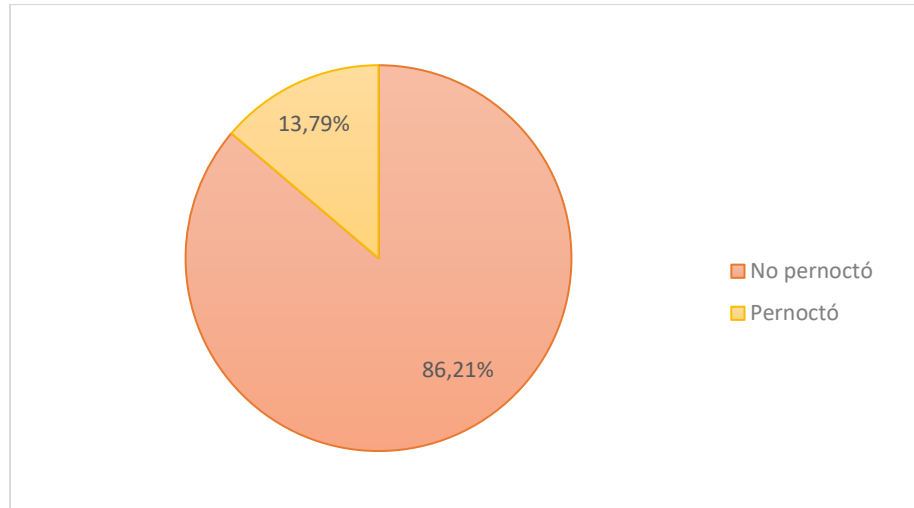
El análisis de los 86 asistentes no residentes encuestados evidencia una diversidad geográfica significativa. El **50 %** de estos participantes (43 personas) proviene de la ciudad de Bogotá, consolidándola como la principal fuente externa de público, lo que resalta la conexión directa entre Chía y la capital.

Municipios vecinos como Cajicá, aportaron el **20,93 %** (18 personas) de los asistentes no residentes encuestados, seguido por Cota con un **6,98 %** (6 personas), lo que confirma el alcance regional del evento y la capacidad de convocatoria en la zona de Sabana Centro.

También, se registró la participación de visitantes internacionales, con casos provenientes de California (Estados Unidos) y Madrid (España). Si bien su presencia en el municipio está mayormente vinculada a visitas familiares y no necesariamente motivada por los eventos, su participación aporta valor al carácter diverso e inclusivo del público y refuerza el atractivo cultural y turístico de Chía incluso entre personas que residen fuera del país.

Este panorama reafirma la importancia de continuar posicionando a Chía como un destino estratégico dentro del corredor turístico regional, optimizando la promoción y conectividad con públicos locales, nacionales e internacionales.

PERNOCTACIÓN ASISTENTES NO RESIDENTES



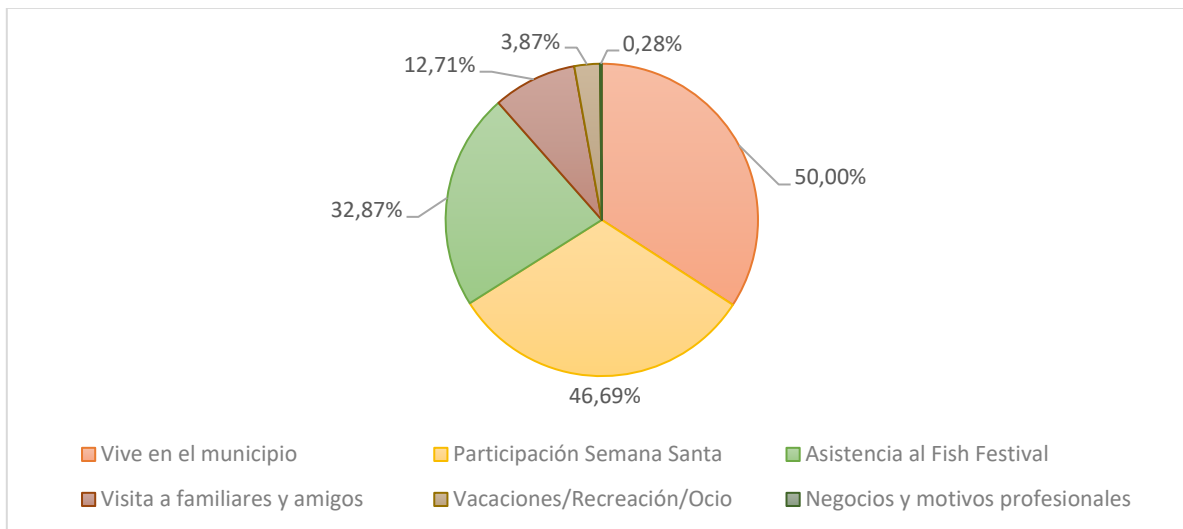
Gráfica 5. Pernoctación de asistentes no residentes Semana Santa y Fish Festival 2025. Fuente: SITCHIA.

Del total de 86 asistentes no residentes encuestados, el **86,21 %** (75 personas) no pernoctó en el municipio de Chía, lo cual indica que la mayoría realizó una visita de un solo día, motivada por la proximidad geográfica desde lugares como Bogotá, Cajicá y Cota. Este comportamiento es característico del turismo de corta duración o turismo de cercanías, donde la asistencia a eventos no implica necesariamente una demanda de servicios de alojamiento.

En contraste, el **13,79 %** (12 personas) de los visitantes no residentes sí se hospedó en Chía, reportando una estadía promedio de **9 días**, lo que sugiere que, aunque minoritario, existe un segmento de turistas que aprovecha los eventos para estancias prolongadas, posiblemente combinadas con visitas familiares o actividades complementarias.

Estos datos evidencian la necesidad de fortalecer estrategias de promoción y paquetes turísticos integrales, que incentiven la pernoctación, contribuyendo a la dinamización de la oferta de alojamiento y al aumento del gasto turístico dentro del municipio.

MOTIVO DE ASISTENCIA Y GASTO PROMEDIO



Gráfica 6. Motivo de asistencia Semana Santa y Fish Festival 2025. Fuente: SITCHIA.

La pregunta sobre el motivo de asistencia fue de respuesta múltiple, lo que permitió a los encuestados seleccionar más de una opción, ofreciendo una visión más amplia de sus razones para participar en los eventos.

De los 362 encuestados, el **50 %** (181 personas) indicó como motivo principal el hecho de residir en el municipio, mientras que el **46,69 %** (169 personas) asistió específicamente para participar en las actividades religiosas de la Semana Santa. Por su parte, el **32,87 %** (119 personas) manifestó que su asistencia se debió al Fish Festival, lo cual evidencia el interés por este evento de carácter gastronómico.

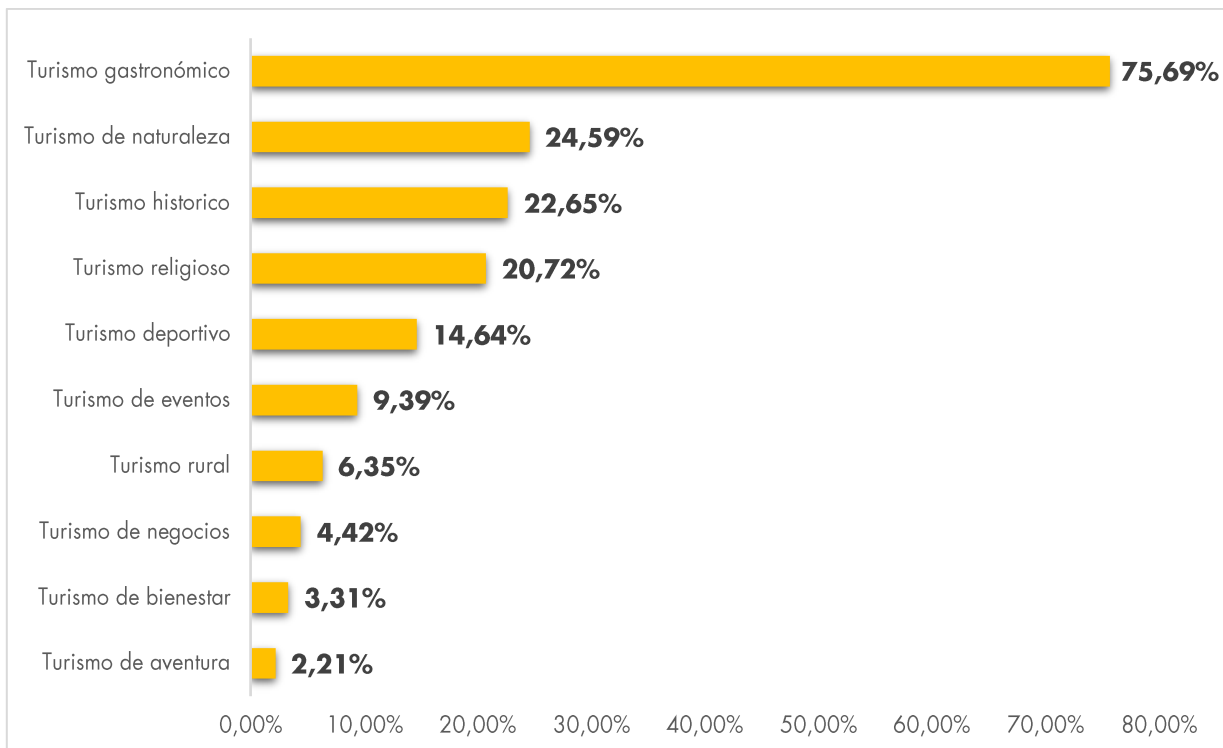
Otros motivos reportados incluyeron la visita a familiares o amigos (**12,71 %**; 46 personas), vacaciones, recreación u ocio (**3,87 %**; 14 personas) y, en menor proporción, negocios o motivos profesionales (**0,28 %**; 1 persona). Esta diversidad de respuestas confirma el carácter multimotivacional de la asistencia y su relación con la oferta turística y cultural del municipio.

En cuanto al gasto promedio, los asistentes reportaron un valor estimado de **\$106.200 COP**, lo que refleja un nivel de consumo significativo durante el desarrollo de los eventos. Este indicador representa un impacto económico positivo para el municipio, evidenciando que la realización de actividades culturales,



religiosas y gastronómicas promueve la movilización del gasto en bienes y servicios locales, como alimentación, transporte, artesanías y comercio en general.

PERCEPCIÓN VOCACIÓN TURÍSTICA DE CHÍA



Gráfica 7. Percepción de la vocación turística de los asistentes a la Semana Santa y Fish Festival 2025. Fuente: SITCHIA.

La percepción de la vocación turística de Chía se formuló mediante una pregunta de respuesta múltiple, permitiendo a los encuestados identificar más de una tipología turística que consideran representativa del municipio.

El resultado evidencia una clara inclinación hacia el turismo gastronómico, mencionado por el **75,69 %** de los participantes (274 personas), lo que confirma el fuerte reconocimiento local y regional de Chía como un destino con amplia oferta culinaria.

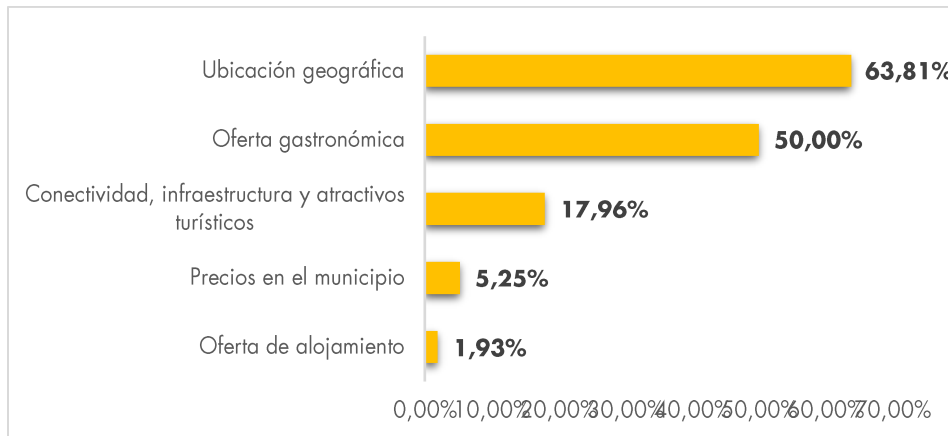
En segundo lugar, el turismo de naturaleza fue seleccionado por el **24,59 %** (89 personas), reflejando el interés por los entornos naturales, senderos ecológicos y espacios rurales del municipio. Le siguen el turismo histórico y cultural con **22,65 %** (82 personas) y el turismo deportivo con **14,64 %** (53 personas), ambos asociados a la realización de eventos, prácticas tradicionales y actividades recreativas.

También se destacaron el turismo religioso (**20,72 %**, 75 personas), vinculado a celebraciones como la Semana Santa; y el turismo rural **6,35%**, (23 personas).

Con menor participación, pero aún relevantes, se identificaron el turismo de eventos **9,39 %** (34 personas), el turismo de negocios **4,42 %**, (16 personas), el turismo de bienestar y salud 3,31 % (12 personas) y el turismo de aventura **2,21 %** (8 personas).

Estos resultados evidencian el potencial diversificado de Chía como destino turístico, con especial fortaleza en gastronomía, naturaleza y cultura. Asimismo, sugieren oportunidades de desarrollo y posicionamiento en segmentos emergentes como el bienestar, los eventos y el turismo rural, que pueden ser integrados a las estrategias de promoción y planificación territorial del municipio.

PERCEPCIÓN FORTALEZAS DE CHÍA COMO DESTINO TURÍSTICO



Gráfica 8. Percepción de las fortalezas de Chía como destino de los asistentes a la Semana Santa y Fish Festival 2025.
Fuente: SITCHIA.

Según los resultados de la encuesta, en una pregunta de opción múltiple que permitía seleccionar más de una respuesta, la fortaleza más destacada de Chía como destino turístico fue su ubicación geográfica, mencionada por el **63,81 %** de los encuestados (231 personas). Este resultado resalta la ventaja estratégica del municipio al estar próximo a Bogotá y otros centros urbanos, lo que facilita el acceso y favorece el flujo de visitantes.

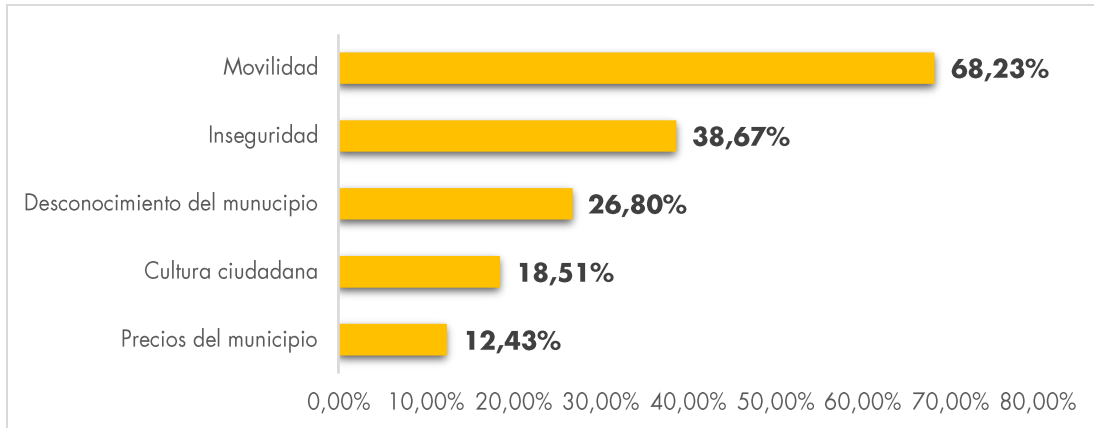
La oferta gastronómica fue seleccionada por el **50 %** de los encuestados (181 personas), lo que evidencia el reconocimiento de Chía como un destino con diversidad y calidad culinaria, consolidando su posicionamiento en este segmento.

Además, el **17,96 %** (65 personas), señaló como fortaleza la conectividad, infraestructura y atractivos turísticos, destacando una percepción positiva sobre la capacidad del municipio para recibir visitantes.

En menor proporción, la oferta de alojamiento fue mencionada por el **1,93 %** (7 personas), y el precio por el **5,25 %** (19 personas), lo que indica que estos aspectos, si bien valorados por algunos, representan áreas con potencial de mejora en términos de visibilidad y fortalecimiento dentro de la estrategia turística del municipio.

Estos resultados permiten concluir que Chía es percibida principalmente como un destino accesible, gastronómicamente atractivo y con condiciones favorables de infraestructura, con oportunidades de crecimiento en su oferta complementaria.

PERCEPCIÓN DEBILIDADES DE CHÍA COMO DESTINO TURÍSTICO



Gráfica 9. Percepción de las debilidades de Chía como destino de los asistentes a la Semana Santa y Fish Festival 2025.
Fuente: SITCHIA.

En una pregunta de opción múltiple, que permitió a los encuestados seleccionar más de una respuesta, se identificaron las principales debilidades percibidas de Chía como destino turístico.

La movilidad fue la más señalada, con un **68,23 %** (247 personas) que la consideran una preocupación central, lo que refleja una percepción generalizada de dificultades en el acceso al municipio y en la circulación interna durante eventos de alta afluencia. Por otra parte, la inseguridad fue mencionada por el **38,67 %** (140 personas), evidenciando una percepción de riesgo, que puede afectar negativamente la experiencia del visitante y que debe ser abordada desde una estrategia integral de seguridad y convivencia.

Por otro lado, un **26,80 %** (97 personas) indicó como debilidad el desconocimiento del destino, lo cual sugiere que, a pesar de los esfuerzos realizados, aún existen retos en visibilidad y promoción turística que limitan el alcance de Chía frente a públicos externos.

Otras debilidades mencionadas fueron la cultura ciudadana (**18,51 %**, 67 personas) y el precio (**12,43 %**, 45 personas), factores que pueden influir en la percepción del entorno y en la relación costo–beneficio del visitante.

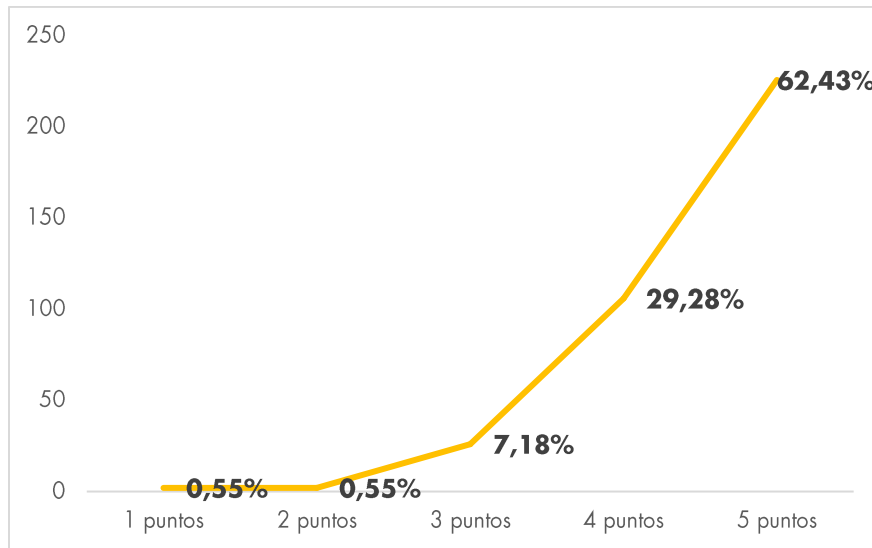
Estos resultados permiten identificar áreas prioritarias de mejora, especialmente en términos de infraestructura vial, seguridad, promoción y calidad en la experiencia del



visitante, aspectos clave para fortalecer la competitividad turística del municipio de Chía.



ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL EVENTO



Gráfica 10. Evaluación general Semana Santa y Fish Festival 2025. Fuente: SITCHIA.

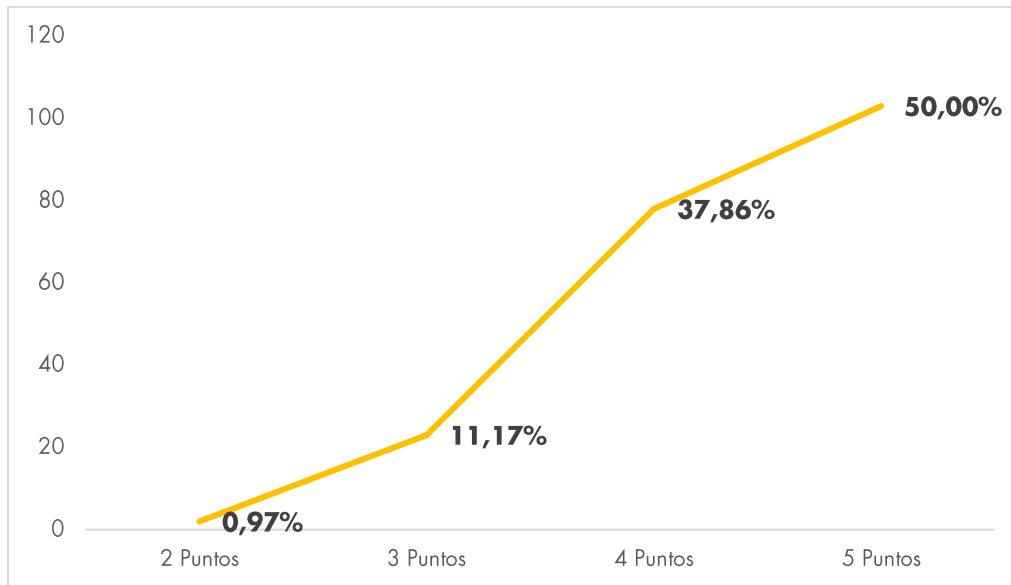
En la evaluación general del evento, los resultados reflejan un alto nivel de satisfacción por parte de los asistentes. La mayoría de los encuestados, un **62,43 %** (226 personas), otorgó la máxima calificación de 5 puntos, lo que evidencia una valoración muy positiva de la experiencia vivida.

Asimismo, el **29,28 % (106 personas)** calificó el evento con 4 puntos, lo que indica una experiencia satisfactoria en términos generales, aunque posiblemente con aspectos puntuales susceptibles de mejora. Un **7,18 %** (26 personas) asignó 3 puntos, representando una opinión neutral o moderadamente favorable.

Las calificaciones más bajas fueron marginales: solo un **1,1 %** (4 personas) otorgaron 1 o 2 puntos, lo que sugiere que las percepciones negativas fueron mínimas y poco representativas dentro del total de encuestados.

En conjunto, estos resultados permiten concluir que el evento fue bien recibido por el público, con una acogida mayoritariamente favorable y un alto grado de satisfacción, constituyéndose en un insumo clave para la consolidación de futuras ediciones.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL EVENTO (FISH FESTIVAL) FRENTE A LA VARIEDAD GASTRONÓMICA DISPONIBLE



Gráfica 11. Evaluación frente a la variedad gastronómica disponible Fish Festival 2025. Fuente: SITCHIA.

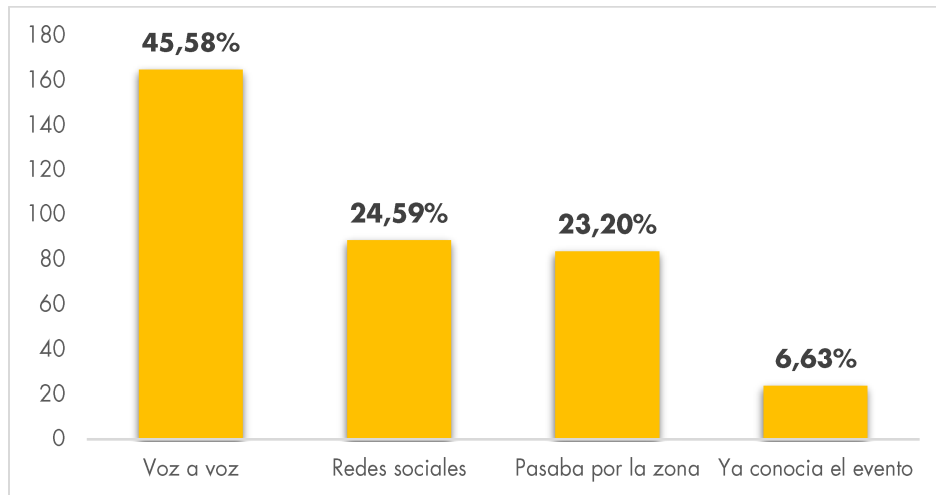
Este análisis se basa en una muestra de 206 encuestas aplicadas exclusivamente a *asistentes del Fish Festival 2025*, sin incluir a participantes de las actividades de Semana Santa.

Los resultados reflejan un alto nivel de satisfacción general con el evento. El **62,43 %** de los encuestados (129 personas) otorgó la máxima calificación de 5 puntos, lo que indica una experiencia altamente positiva. Adicionalmente, el **29,28 %** (60 personas) calificó con 4 puntos, sugiriendo que la mayoría de los asistentes vivió una experiencia satisfactoria, aunque con algunas observaciones menores.

Por otra parte, un **7,18 %** (15 personas) otorgó 3 puntos, lo cual representa una percepción neutral o levemente positiva, mientras que solo un **1,1 %** (2 personas) asignó 1 o 2 puntos, reflejando un nivel de insatisfacción muy reducido y poco representativo.

En conjunto, los datos muestran que el Fish Festival 2025, fue valorado de manera muy favorable por sus asistentes, constituyendo un insumo importante para fortalecer su continuidad y orientar acciones de mejora en futuras versiones del evento.

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR MEDIO DE CONOCIMIENTO DEL EVENTO



Gráfica 12. Distribución porcentual por medio de conocimiento del evento. Fuente: SITCHIA.

En relación con el medio a través del cual los asistentes se enteraron del evento, los resultados indican que el principal canal fue la recomendación personal o difusión informal, mencionada por el **45,58 %** de los encuestados (165 personas). Este resultado destaca la importancia de las interacciones directas entre personas como mecanismo efectivo para promover eventos a nivel local.

Las redes sociales, ocuparon el segundo lugar con un **24,59 %** (89 personas), lo que evidencia su papel como plataforma digital clave en la difusión del evento. A su vez, un **23,20 %** (84 personas) señaló que descubrió el evento al pasar por la zona, lo que sugiere una captación espontánea, probablemente facilitada por la visibilidad territorial y el diseño del espacio del evento.

Finalmente, el **6,63 %** (24 personas) indicó que ya conocía el evento previamente, lo que refleja la existencia de una audiencia recurrente y fidelizada en el caso de la Semana Santa.

En conjunto, estos datos muestran que tanto los canales digitales como las estrategias de visibilidad local y la difusión informal fueron determinantes en la atracción de asistentes, aspectos clave para fortalecer en futuras ediciones.

CONCLUSIONES

Los resultados del análisis de los asistentes a los eventos de *Semana Santa y Fish Festival 2025* evidencian un perfil predominante de adultos jóvenes y adultos en edad productiva, quienes constituyen más del 80 % del público total. Este segmento representa una oportunidad estratégica para dinamizar la economía local debido a su capacidad de consumo, aunque también se identifica la necesidad de ampliar la diversidad etaria, incentivando la participación de jóvenes y familias con menores para lograr un mayor alcance social y demográfico.

La mayor presencia del género femenino (58,56 %), en los eventos sugiere un patrón relevante para orientar estrategias de comunicación y programación cultural que atiendan de manera equilibrada los intereses de todos los géneros, promoviendo una participación más inclusiva y representativa.

En cuanto a la procedencia, una alta proporción de asistentes reside en el municipio de Chía, lo que indica un fuerte arraigo y apropiación local de estos eventos. Sin embargo, también destaca la participación significativa de visitantes externos, principalmente de Bogotá y municipios cercanos como Cajicá y Cota, lo que confirma la capacidad regional de atracción turística. La baja tasa de pernoctación de estos visitantes (13,79 %) refleja que se trata mayormente de turismo de corta duración o de cercanías, lo que señala una oportunidad para desarrollar paquetes turísticos integrados que incentiven estancias más prolongadas y aumenten el gasto turístico en el municipio.

El gasto promedio reportado por los asistentes, cercano a los \$106.000, evidencia un impacto económico positivo generado por la combinación de actividades, que movilizan el consumo en sectores locales como alimentación, transporte y comercio.

La percepción de Chía como destino turístico se caracteriza por un fuerte reconocimiento en el turismo gastronómico, así como por un interés considerable en el turismo de naturaleza y cultural. Sin embargo, las debilidades identificadas, particularmente en movilidad e inseguridad, junto con la necesidad de mejorar la promoción y la cultura ciudadana, representan desafíos que requieren atención prioritaria para fortalecer la competitividad y la experiencia turística en el municipio.



Finalmente, el alto índice de satisfacción general de los asistentes, con más del 90 % valorando positivamente los eventos, confirma la acogida favorable y el potencial de consolidación de estas actividades. Estos resultados brindan una base sólida para la planificación y mejora continua, orientando la descentralización de la oferta cultural, el fortalecimiento de la infraestructura y la diversificación del público objetivo en futuras ediciones.

