



ALCALDÍA
DE
CHÍA



REPORTE DE VENTAS FISH FESTIVAL 2026

Fecha de elaboración: 7 de abril 2026



INTRODUCCIÓN

El presente informe presenta los resultados del análisis de ventas registrados durante la segunda edición del *Fish Festival*, realizado en el municipio de Chía entre el 29 de marzo y el 5 de abril de 2026. El evento reunió a diversos actores económicos del territorio, incluyendo cocinas y pescaderías de la Plaza de Mercado El Cacique, establecimientos gastronómicos, emprendedores y artesanos, quienes participaron en una agenda comercial y cultural desarrollada en el marco de la Semana Santa.

El evento se celebró en la Plaza del mercado el Cacique el día 29 de marzo y en el Centro Administrativo Municipal -CAM- los días 4 y 5 de abril desde las 12:00 pm hasta las 5:00pm en ambos escenarios.

Para evaluar el impacto económico y social del festival, se consolidó la información correspondiente al total de ventas registradas, así como la caracterización de los asistentes y la participación anual de los establecimientos presentes. Estos resultados permiten analizar el desempeño del evento, identificar tendencias y orientar recomendaciones para fortalecer futuras ediciones del Fish Festival en Chía.



PALABRAS CLAVE

- **Establecimiento gastronómico:** Establecimientos cuya actividad económica, exclusiva o principal, consiste en la venta y servicio a la mesa al público de alimentos preparados, acompañados o no de bebidas alcohólicas y donde el espectáculo, de existir, tiene un carácter secundario con respecto a la actividad principal. (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2021).
- **Volumen de ventas:** Se refiere a la cantidad total de ingresos generados por la venta de productos o servicios en un período específico.
- **Emprendedor:** Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2006).
- **Artesano:** Es una persona que realiza una actividad creativa y profesional de manera manual, transformando su esfuerzo en bienes o servicios útiles. La Ley 36 de 1984 reglamenta la profesión de artesano en el país. (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2015).
- **Plaza de mercado:** Las plazas de mercado son lugares destinados para la prestación de un servicio al público. Cumplen la misión de garantizar la oferta de productos básicos, principalmente de origen agropecuario, de consumo doméstico, asegurando condiciones de libre competencia para satisfacer las necesidades de todas y cada una de las familias que integran la comunidad en general. (Ideca, 2017).
- **Pescadería:** son opciones públicas y recomendadas para adquirir pescado fresco a precios competitivos. Ofrecen productos de pesca artesanal, industrial y de acuicultura. (Infopesca, 2010)
- **Festival:** un festival es una serie de eventos o actividades de duración limitada que constituyen una programación escénica, cultural o tradicional. Son espacios de encuentro para la comunidad, que exaltan la identidad, el patrimonio cultural y la cohesión. (Ministerio de cultura, 2016)

Contexto y Metodología

Objetivo: Medir el impacto económico del Fish Festival 2026 través del análisis de ventas, participación de comerciantes y comportamiento del consumo local, como insumo para evaluar la efectividad del evento en la promoción turística.

Periodo de medición: 29 de marzo al 5 de abril de 2026.

Técnica de recolección: Se aplicó un formulario tipo encuesta, administrado de manera presencial a los participantes durante el desarrollo del evento, con el fin de recopilar información directa sobre ventas percepción del festival, nivel de satisfacción y aspectos a mejorar.

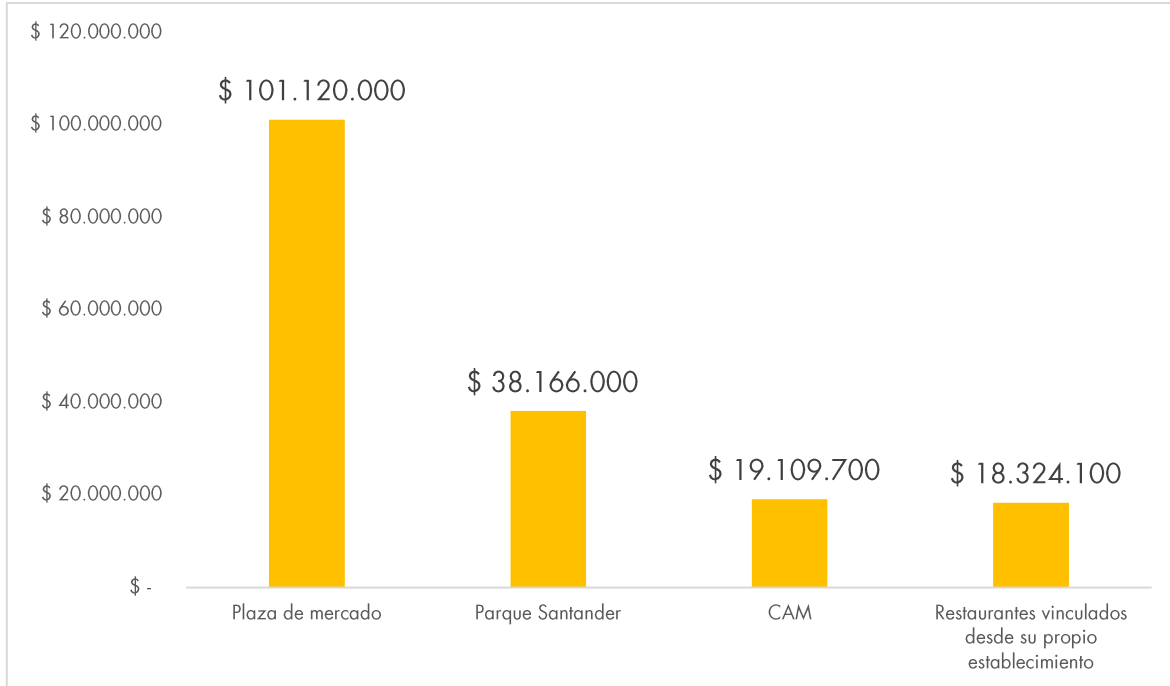
Fecha de aplicación: La recopilación de datos se llevó a cabo entre el 29 de marzo al 5 de abril de 2026.

INDICADORES Y CÁLCULO

- **Ventas totales por ubicación del evento:** Muestra cuánto se vendió en cada uno de los espacios donde se desarrolló el festival.
Cálculo: Suma de los valores de venta de todos los participantes por cada lugar.
- **Total de ventas por categoría de participantes:** Muestra el valor total de ventas agrupado por categoría de participante (cocinas, restaurantes, emprendedores, pescaderías, artesanos etc.).
Cálculo: Suma del valor de ventas de todos los participantes de cada tipo.
- **Total de platos vendidos:** Número total de unidades de comida vendidas por tipo de participantes gastronómicos.
Cálculo: Suma de los platos vendidos por tipo de participante.

RESULTADOS

VALOR DE VENTAS POR LUGAR DE PARTICIPACIÓN



Gráfica 1. Valor de Ventas totales por lugar de participación durante el Fish festival 2026. Fuente: SITCHIA.

En el marco del Fish Festival 2026, que se desarrolló entre el 29 de marzo y el 5 de abril, se evidenció un comportamiento diferenciado en las ventas según los espacios y modalidades de participación. Es importante señalar que, el 29 de marzo se contó con la participación de las cocinas de la Plaza de Mercado El Cacique y que los valores registrados para este punto no corresponden únicamente a dicha fecha., ya que, durante toda la semana santa se incluyeron las ventas de las pescaderías también participantes en el evento, las cuales presentan un incremento significativo en esta temporada, influyendo de manera directa en el alto volumen de ingresos reportados.

En el caso del Parque Santander, es importante señalar que la participación correspondió a emprendimientos y artesanos durante la misma semana. Esta dinámica permitió entender que los **\$38.166.000** registrados no provienen de oferta gastronómica, sino a las actividades asociadas a la venta de productos artesanales y de emprendimiento, lo cual resalta el impacto positivo de este tipo de iniciativas en la generación de ingresos y en la diversificación de la oferta del evento.



En términos generales, la gráfica evidencia una alta concentración de las ventas en la Plaza de Mercado, alcanzando los **\$101.120.000**, resultado que está influenciado por el contexto de semana santa en la dinámica propia de las pescaderías. Por su parte, el Parque Santander presenta un desempeño relevante desde el sector de emprendimientos y artesanías, mientras que en el CAM y los restaurantes vinculados desde sus establecimientos reportaron **\$19.109.700** y **\$18.324.100** respectivamente, reflejando una menor participación en el total de ingresos, ya que se concentraron las ventas sólo en los dos días de desarrollo del evento, además de la variada oferta gastronómica comercializada y el nivel de reporte de información por parte de los participantes.

Estos resultados permiten identificar una concentración de la actividad económica en puntos específicos y bajo ciertas dinámicas comerciales, resaltando la importancia de variables como la temporalidad, el tipo de participante y el nivel de reporte de información para una interpretación integral del impacto económico del evento.



VENTAS TOTALES POR CATEGORÍA

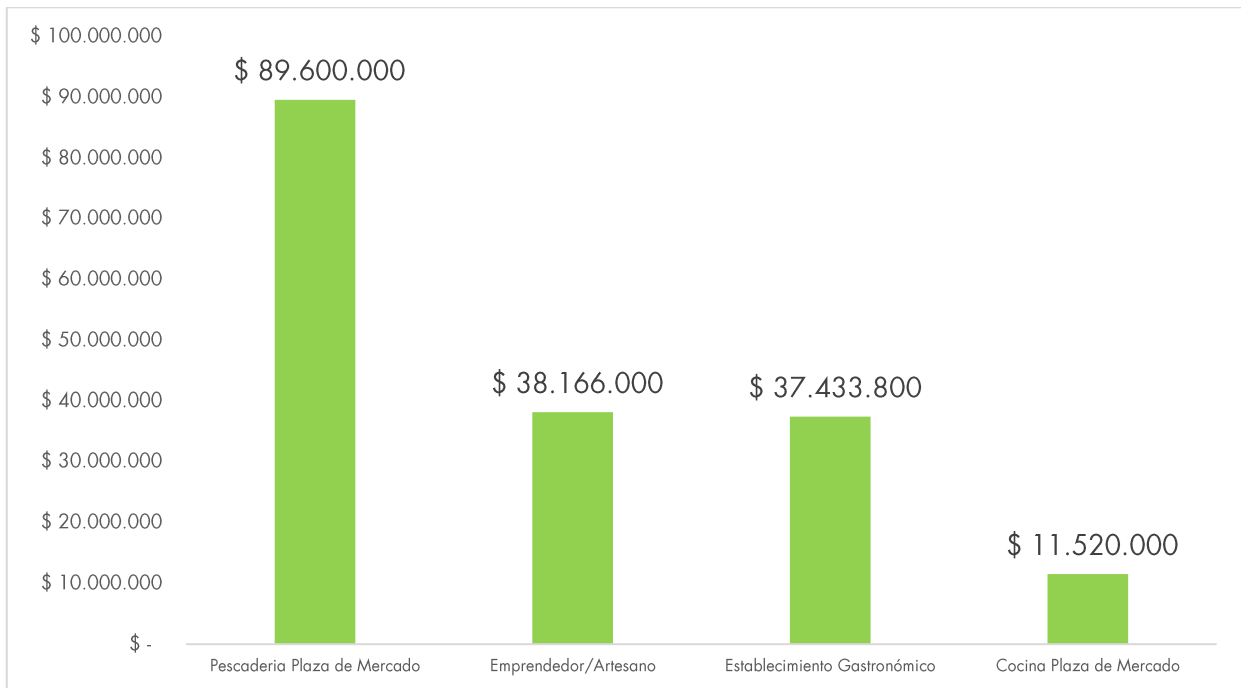


Gráfico 2. Ventas por categoría participante Fish Festival 2026. Fuente: SITCHIA.

Profundizando en la distribución de ventas en el Fish Festival, según el tipo de participante evidenciando las diferencias entre el aporte económico de cada categoría.

En primer lugar, las pescaderías de la Plaza de Mercado registraron el mayor volumen de ventas, alcanzando los **\$89.600.000**. Este resultado confirma su importancia en el contexto de Semana Santa periodo en el que aumenta significativamente el consumo de estos productos. Su alta participación explica en gran medida la concentración de ingresos observada en la Plaza de Mercado en la gráfica general.

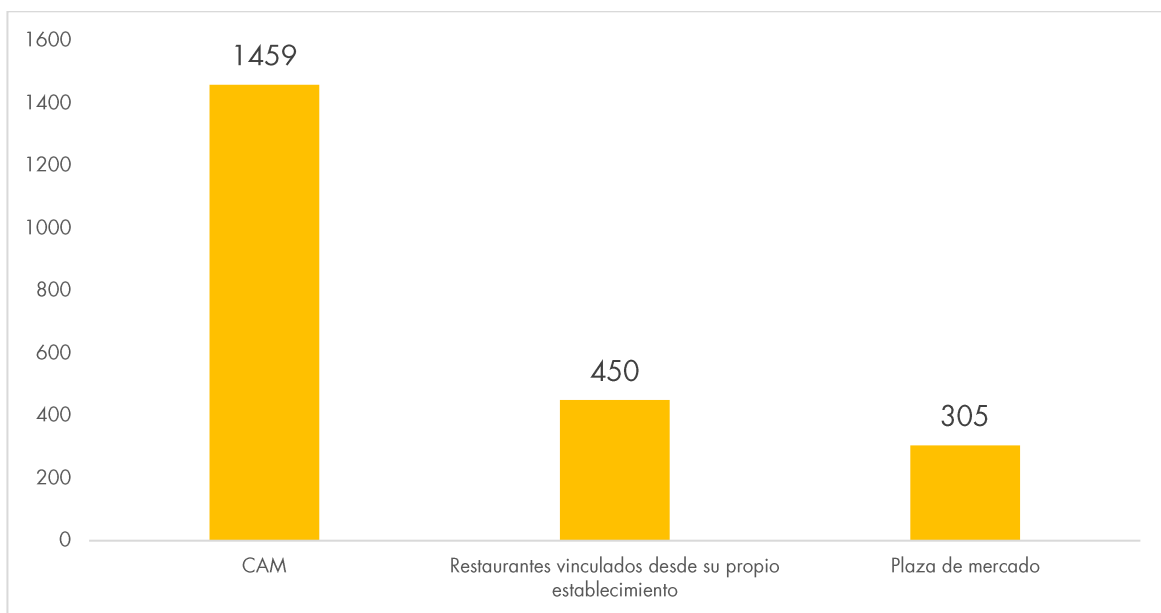
Por su parte, los emprendedores y artesanos alcanzaron ventas por **\$38.166.000**, lo que refleja un desempeño destacado dentro del evento. Este resultado evidencia la capacidad de este sector para dinamizar la economía local, incluso sin estar directamente asociado a la oferta gastronómica, consolidando su importancia dentro de la estrategia de diversificación de la oferta en el desarrollo de estos eventos

En cuanto a los establecimientos gastronómicos, estos reportaron un total de **\$37.433.800**, ubicándose muy cerca del nivel de ventas de los emprendedores y artesanos. Este comportamiento sugiere una participación relevante durante los días

de ejecución en el CAM y en los propios establecimientos, pese a que su operación estuvo concentrada en un periodo corto de tiempo.

Finalmente, las cocinas de la Plaza de Mercado registraron ventas por **\$11.520.000**, siendo la categoría con menor participación en términos de ingresos. En conjunto, la información evidencia que, si bien la oferta gastronómica tiene un papel importante, son las pescaderías las que lideran ampliamente la generación de ingresos en este tipo de eventos, especialmente cuando coinciden con temporadas de alto consumo como la semana santa.

RELACIÓN DE PLATOS VENDIDOS



Gráfica 3. Relación de platos vendidos respecto al lugar de participación en el Fish Festival 2026. Fuente: SITCHIA.

Se observa que el CAM concentra la mayor cantidad de platos vendidos, con un total de **1.459** unidades. Este resultado es coherente con la asistencia registrada en este punto, que fue de aproximadamente **1.200** personas, lo que evidencia una alta dinámica de consumo in situ y una relación directa entre la concentración de público y el volumen de ventas de alimentos preparados.

En segundo lugar, los restaurantes vinculados desde sus propios establecimientos reportaron la venta de **450** platos. Este resultado refleja una participación relevante, considerando que su operación no estuvo centralizada en un único espacio, sino distribuida en diferentes puntos, lo que influye en la dinámica de consumo.



Por su parte, la Plaza de Mercado registró la venta de **305** platos, con una asistencia aproximada de **470** personas. No obstante, es importante destacar que en este espacio la dinámica comercial estuvo principalmente asociada a la venta de productos crudos, especialmente pescado, más que al consumo inmediato de alimentos preparados. En este sentido, las pescaderías reportaron la comercialización de aproximadamente **33.850** kilos de pescado durante la semana, lo que evidencia un alto nivel de actividad económica y una demanda significativa en el marco de la semana santa.

En conjunto, los resultados evidencian que los espacios diseñados para el consumo en sitio, como el CAM, presentan mayores niveles de venta de platos preparados, mientras que la Plaza de Mercado refleja una dinámica distinta, orientada a la compra de productos.



CONCLUSIONES

A partir del análisis de las ventas, la cantidad de platos comercializados y la participación por tipo de actor, se concluye que el Fish Festival generó un impacto económico significativo, aunque con una dinámica diferenciada según el tipo de oferta y el espacio de desarrollo. La Plaza de Mercado se consolidó como el principal motor económico del evento, impulsada especialmente por la venta de pescado durante la semana santa, alcanzando altos niveles de ingresos y la comercialización de aproximadamente 33.850 kilos, lo que evidencia una fuerte demanda asociada a esta temporada.

En términos de consumo en sitio, el CAM se destacó como el espacio con mayor dinamismo gastronómico, registrando la mayor cantidad de platos vendidos (1.459) en un periodo concentrado de dos días. Este comportamiento está directamente relacionado con la alta asistencia de público, estimada en 1.200 personas, lo que demuestra la efectividad de los espacios centralizados para incentivar el consumo inmediato y la experiencia gastronómica.

Por su parte, el Parque Santander evidenció un aporte relevante desde el sector de emprendimientos y artesanos, con un volumen importante de ventas, lo que resalta la importancia de diversificar la oferta en este tipo de eventos. Asimismo, los restaurantes vinculados desde sus propios establecimientos mostraron una participación moderada, influenciada tanto por la dispersión geográfica como por el nivel de reporte de información.

Es importante tener en cuenta que, según los mismos vendedores, estas sí presentaron un aumento asociado al Fish Festival. Esto sugiere que, aunque la temporada de semana santa influye significativamente en la demanda, el evento también contribuye a potenciar las ventas. En este sentido, resulta pertinente incluirlas en el análisis, pero reconociendo este doble efecto y fortaleciendo su integración dentro de la estrategia del festival en futuras ediciones.

En conjunto, los resultados reflejan dos dinámicas económicas: por un lado, la compra de productos crudos en grandes volúmenes, liderada por las pescaderías, y por otro, el consumo de alimentos preparados en espacios específicos como el CAM. Esta dualidad resalta la importancia de diseñar estrategias diferenciadas para cada tipo de actor, reconociendo sus particularidades y su aporte al evento.