

# Día Nacional de la Cocina Chilena 2026

---

Resumen ejecutivo  
Informe para Huellas del Diguillín

3.124 asistentes • +52,7% vs 2025 • NPS 91,9 • Abril 2026

## RESULTADO

# 3.124

asistentes únicos  
(banda 2.500-4.000)

# +52,7 %

vs 2.046  
asistentes en 2025

# 91,9

NPS público

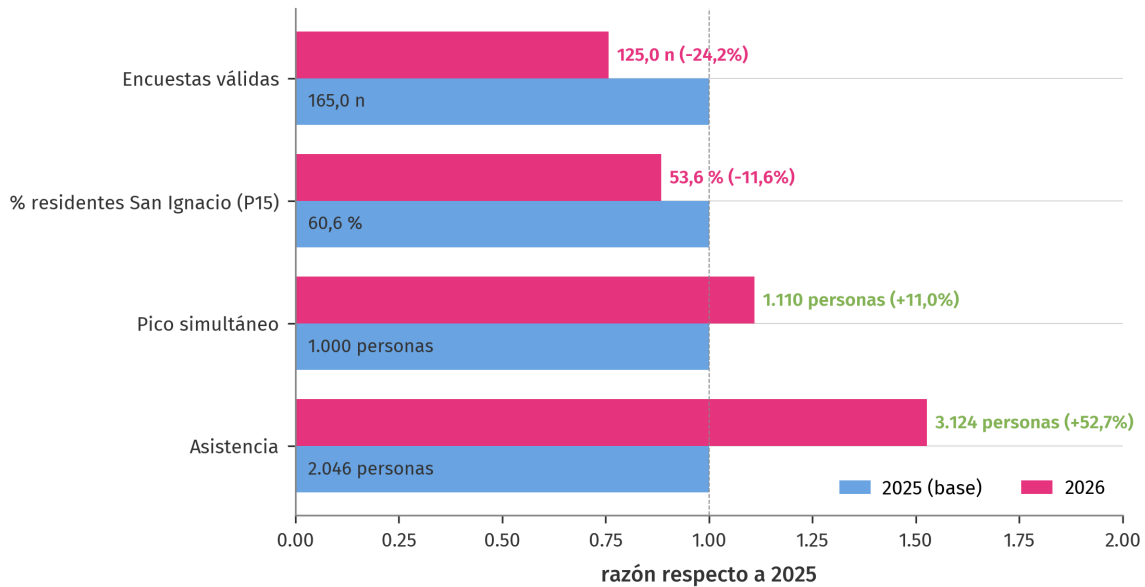
# \$16,0 M

impacto económico  
directo

La cuarta edición del Día Nacional de la Cocina Chilena en San Ignacio reunió **3.124 asistentes únicos** durante la jornada del 18 de abril (banda de sensibilidad 2.500 a 4.000), un crecimiento del **52,7 por ciento respecto a 2025**. El pico simultáneo observado fue de **1.110 personas a las 17:30**. La valoración del público alcanzó el máximo en los cuatro ítems Likert evaluados (mediana 5/5) y el **NPS público fue 91,9**, cifra que ubica al evento en categoría de excelencia para experiencias culturales.

### Comparación 2025 vs 2026

Razón respecto a la base 2025 (línea vertical = paridad)



Fuente: f6\_comparacion\_2025\_2026.csv

**Figura 1.** Comparación 2025 vs 2026 sobre métricas plenamente homologables.

El **impacto económico directo** estimado es de **16,0 millones de pesos**, validado por convergencia entre dos estimaciones independientes: el lado público (gasto declarado, mediana \$5.250 per cápita en comida  $\times$  3.124 = \$16,4M) y el lado expositor (ventas con corrección por subreporte, \$16,0M). La diferencia entre ambas: **2,5 por ciento**.

**Cambio metodológico: \$16,0M (método 2026) vs \$27,3M (método 2025).** El estudio 2025 reportó la cifra usando promedio de gasto. El estudio 2026 mejora el método con dos cambios respaldados por literatura: (a) usa la mediana en lugar del promedio (estimador robusto frente a la asimetría positiva del gasto), y (b) aplica un factor pragmático de corrección por subreporte de informalidad en el lado expositor (67% de stands sin formalización; la literatura económica documenta el subreporte como problema sistemático en estos sectores). Bajo el método antiguo, la cifra 2026 sería \$27,3M (variación interanual real -11%). **Desde 2026 en adelante el método nuevo se adopta como estándar permanente** para reducir incertidumbre y mejorar trazabilidad. La cifra titular del estudio es \$16,0M.

La inversión total ejecutada del organizador fue de **31,1 millones**, financiada en un **97,6 por ciento** por aporte público (FNDR \$4,9M, Fondart \$8,1M, Municipio \$17,4M). Costo público por asistente único: **\$9.723**.

**Recomendación 1.** Comunicar el resultado como **crecimiento sólido y sostenido**. La cifra titular es defendible bajo cualquier escenario razonable de sensibilidad (cota inferior +22% sobre 2025). La narrativa de +52,7% en asistencia se sostiene sin caveats que la debiliten.

## ADICIONALIDAD Y RETORNO

### El evento moviliza público que no habría salido

El **93,6 por ciento** de los respondientes habría permanecido en casa o en su rutina habitual si el evento no hubiera existido. Solo el 6,4 por ciento declara que habría salido igual a otra actividad. Es la mejor evidencia disponible de **adicionalidad pública** del evento.

### Para los expositores el retorno fue casi universal

Indicador	Valor	n
Margen positivo declarado	95,6 %	45 stands
Generaron contactos nuevos	97,8 %	45 stands
Volverían a participar	100 %	45 stands
Razón ventas evento / sábado normal (mediana)	3,55x	36 stands
Stands con razón $\geq 3$	21 / 36	58 %
Margen mediano por stand	\$80.000	—

Fuente: registro post-evento expositores.

## El comercio del entorno reporta beneficio coherente

---

Los tres locales encuestados, ubicados en la propia plaza o frente a ella, declaran “mucho más clientes” y “bastante más ventas” que un sábado normal, y los tres apoyan la continuidad del evento. La triangulación cualitativa con la curva de aforo observada en sectores adyacentes refuerza esta lectura.

## La eficiencia comunicacional es alta

---

El alcance digital agregado se estima en **90.625 cuentas** (Instagram + Facebook), con costo de difusión de **\$7 por persona alcanzada**. El engagement rate de Instagram (7,9 %) y de Facebook (21,9 %) están sobre los benchmarks típicos de campañas culturales (1 a 3 %). El día del evento concentró el mayor volumen de transferencia de bytes en el sitio web sobre toda la serie de 42 días observada.

**Recomendación 2.** Justificar la continuidad del financiamiento público con la cifra de adicionalidad. El aporte público no sustituye actividad económica privada existente: el 93,6 por ciento del público declara que sin el evento no habría participado en la economía local ese día.

## QUIÉN PARTICIPA

---

### Mayoritariamente regional

---

El **90,4 por ciento** de los respondientes reside en la Región de Ñuble. El **53,6 por ciento** reside en la propia comuna de San Ignacio. El evento alcanzó público de **20 comunas distintas**. La distancia mediana recorrida por los foráneos es de 27,1 kilómetros (centroide de Chillán). El 7,2 por ciento del público pernocta al menos una noche por motivo del evento, lo que produce una huella turística indirecta estimada en \$14,3 millones.

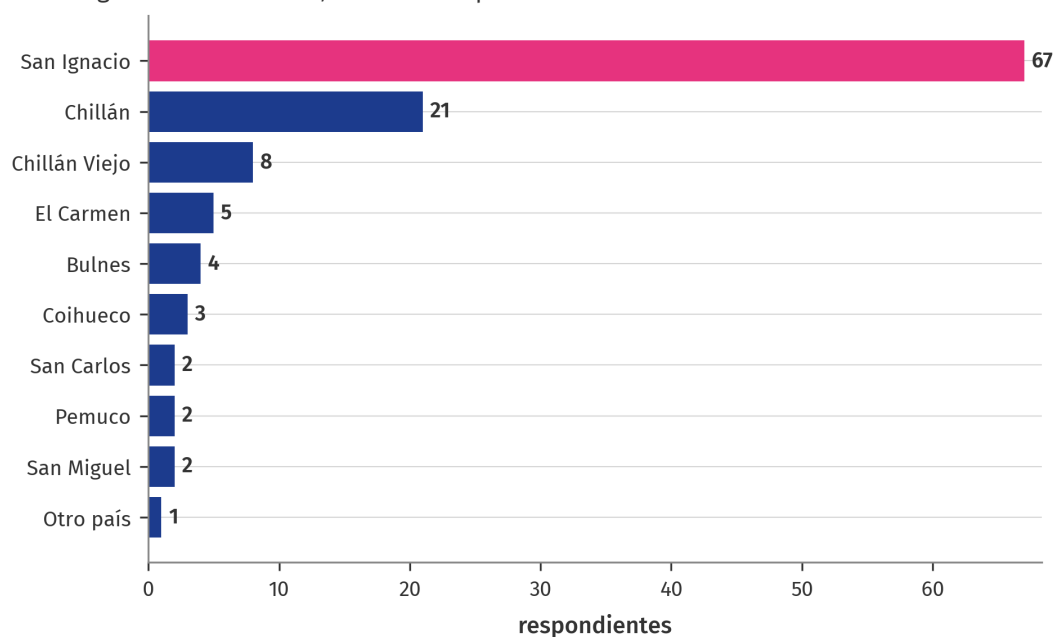
### Se renueva a la vez que retiene

---

El **58,5 por ciento** de los respondientes asistió por primera vez. El 41,5 por ciento ya había asistido a ediciones anteriores.

### Comunas de origen del público (top 10)

San Ignacio concentra 53,6% de los respondientes



Fuente: d7\_territorial.csv

**Figura 2.** Top de comunas de origen del público asistente. San Ignacio concentra el 53,6 % y Chillán el 16,8 %.

### Paridad de género en la cadena de valor

Eje	% mujeres	n
Trabajadores temporales pagados	50,0 %	6
Artistas y talento invitado	42,0 %	81
Voluntariado	41,4 %	29
Liderazgo emprendimientos seleccionados	65,0 %	60
Liderazgo (incluye compartido)	78,3 %	60
<b>Índice agregado</b>	<b>52,9 %</b>	—

Fuente: ficha organización + registro pre expositores.

El índice agregado **52,9 por ciento mujeres** ubica al evento en cumplimiento holgado de los criterios de equidad de género que exigen los fondos públicos chilenos.

## Público familiar predomina

El 56,8 % vino con su familia. Grupo etario dominante 30-49 años (52,8 %), seguido por 18-29 (21,6 %) y 50-64 (15,2 %). Hubo público <18 (4,8 %) y ≥65 (4,0 %).

**Recomendación 3.** Posicionar el evento como instancia de **descentralización cultural efectiva con perspectiva de género**. La cobertura de 20 comunas de la Región y la paridad superior al 50 % son argumentos sólidos para postulaciones a fondos competitivos. La huella turística indirecta de \$14,3M complementa el aporte económico directo.

## HUELLA DIGITAL Y OPERATIVA

### El alcance digital triplica al público presencial

Instagram registró 51.344 cuentas alcanzadas en 30 días (+418 % vs período previo). Facebook alcanzó 39.281 espectadores únicos en 28 días (+59 %). El día del evento concentró 518 page views y 241 visitantes únicos en el sitio web propio.

### La distribución del alcance difiere de la del público presencial

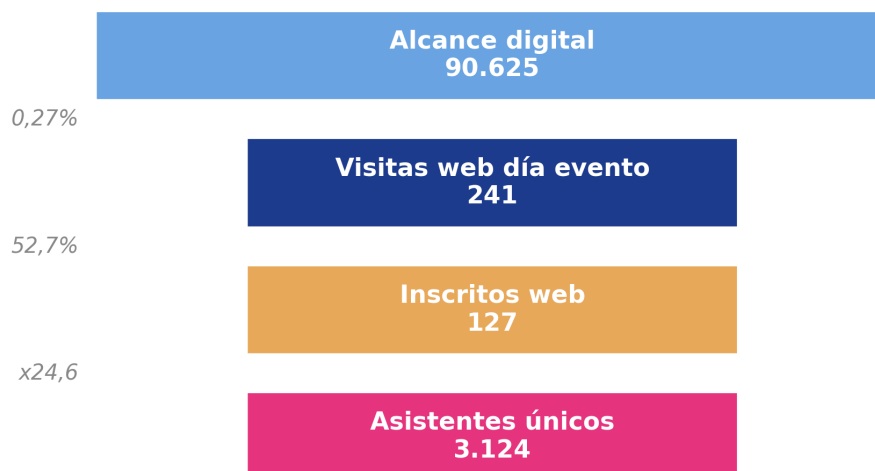
Chillán concentra el 36,5 % del alcance Instagram pero solo el 16,8 % de la asistencia. Santiago concentra el 11,4 % del alcance pero 0 % de la asistencia. San Ignacio concentra el 53,6 % de la asistencia y no aparece en el top de alcance digital. **El público local se entera por canales offline, mientras que la marca digital llega más lejos que la asistencia presencial real.**

### Huella de carbono del transporte

**6.617 kg de CO<sub>2</sub>** totales estimados (2,1 kg por asistente ida y vuelta). El 75 % del público llegó en auto propio (3 personas/vehículo), el 19 % a pie o bicicleta, el 4 % en bus, el 2 % en taxi.

## Embudo comunicacional

Del alcance digital a la asistencia física · ancho ~ raíz(valor) para legibilidad



Fuente: t4\_embudo\_comunicacional.csv · D1 + D8 + inscritos + Cloudflare

**Figura 3.** Embudo comunicacional desde alcance digital hasta asistencia. El factor de walk-in sobre inscritos previos es de 24,6 veces.

### Operación de la jornada

**Cero incidentes** reportados durante la jornada (atenciones médicas, problemas de seguridad o eléctricos). El programa de vasos reutilizables operó bajo modelo de venta sin retorno: 500 unidades adquiridas por el público para uso posterior.

**Recomendación 4.** Capitalizar la huella digital como alcance de marca territorial. Los 90.625 alcanzados equivalen a aproximadamente 5,6 veces la población residente de la comuna de San Ignacio (16.100 habitantes según INE 2017). La diferencia entre alcance digital y asistencia presencial abre posibilidades de versiones itinerantes o ediciones satélite en otras comunas de la Región.

## PEDIDO PARA 2027 Y DECISIÓN

La edición 2026 muestra crecimiento real respecto a 2025 en métricas plenamente comparables, mantiene perfil de público estable y mejora indicadores de paridad y alcance digital.

### Tres mejoras prioritarias para 2027

**1. Capitalizar la brecha entre alcance digital y asistencia presencial.** El alcance digital (90.625 cuentas, 5,6x la población comunal) llega a territorios donde el evento no tiene presencia presencial: Chillán concentra 36,5% del alcance Instagram pero 16,8% de la asistencia; Santiago concentra 11,4% del alcance y 0% de la asistencia. Tres líneas para 2027: (a) **ediciones satélite** en comunas vecinas con marca digital ya instalada (Chillán, Chillán Viejo); (b) **componente turístico sistematizado** con hotelería local y SERNATUR Ñuble (la huella indirecta de \$14,3M por pernocte surge hoy sin esfuerzo dirigido); (c) **mejorar la conversión del embudo** de alcance a inscripción web para planificar logística con datos.

**2. Recuperar ítems Likert 2025** de calidad de comida, organización general y ambiente musical. Estuvieron en la encuesta 2025 pero no en la 2026, lo que rompe la serie histórica. Su recuperación cuesta 30 segundos adicionales al respondiente y permite comparación interanual rica. Ampliar también la cobertura encuestal a 250-300 respuestas.

**3. Mejorar el embudo digital a inscripción.** El 0,3% de conversión de alcance a inscripción es bajo. Aunque el evento es gratuito y la inscripción no es requisito, registrar más inscritos previos permite medición más precisa de origen, demanda y planificación logística.

### Pedido presupuestario

Considerando la inversión total ejecutada de \$31,1M en 2026, la asistencia única de 3.124 personas y el costo público por asistente de \$9.723, la edición **2027 con asistencia esperada de 3.500 a 4.000 personas requeriría inversión total entre \$34M y \$40M**. El aporte público sostenido por sus tres fuentes principales (FNDR, Fondart, Municipio) con incremento del 10 al 25% permite cubrir las mejoras operativas (vasos, infraestructura eléctrica para stands, mobiliario adicional) sin sacrificar la programación cultural ni el componente patrimonial.

## Decisión recomendada

**Continuar el evento en su quinta edición**, implementar las tres mejoras priorizadas, ratificar el modelo operativo y financiero. El estudio respalda esta decisión con evidencia trazable a los datos publicados.

*Cifras titulares: 3.124 asistentes únicos · pico 1.110 simultáneos · +52,7% vs 2025 · NPS público 91,9 · 90,4% residentes Ñuble · 95,6% expositores margen positivo · razón evento/sábado normal 3,55x · 65% mujeres lideran emprendimientos · alcance digital 90.625 cuentas · 6.617 kg CO<sub>2</sub> estimados.*

