

Encuesta percepción de semana Santa en la ciudad de Pasto, sector Hotelero, transporte y comercial. 2025

Objetivo: El objetivo de la presente encuesta es determinar el verdadero impacto económico en los días correspondientes a semana Santa 2025 del 12 al 20 de abril.

Los sectores a los cuales se les aplico la encuesta y entrevista fueron al sector Hotelero, Transporte y comercio de la ciudad de Pasto.

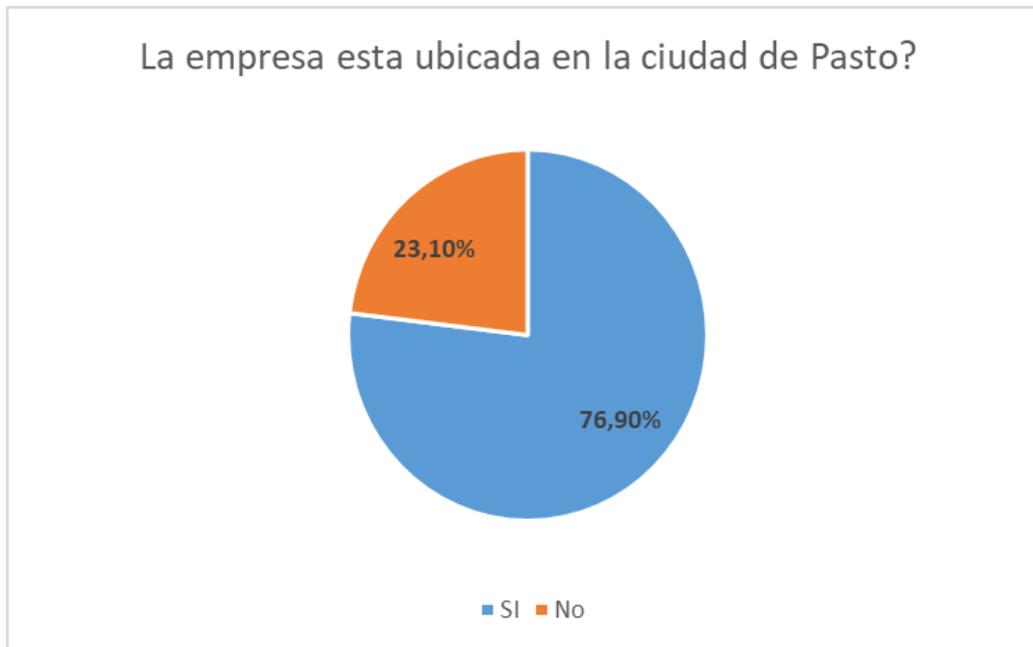
Muestra: la muestra fue de 200 personas o U.P.

Aplicación: se diseñó un instrumento de encuesta compuesto de 10 preguntas 3 de datos personales y 7 referente al impacto económico en semana santa y se llevó a cabo del 22 de abril al 7 de mayo de 2025, por parte del observatorio económico de cámara de comercio de Pasto.

A continuación, el análisis:

1) ¿La empresa está ubicada en la ciudad de Pasto?

Grafica No 1

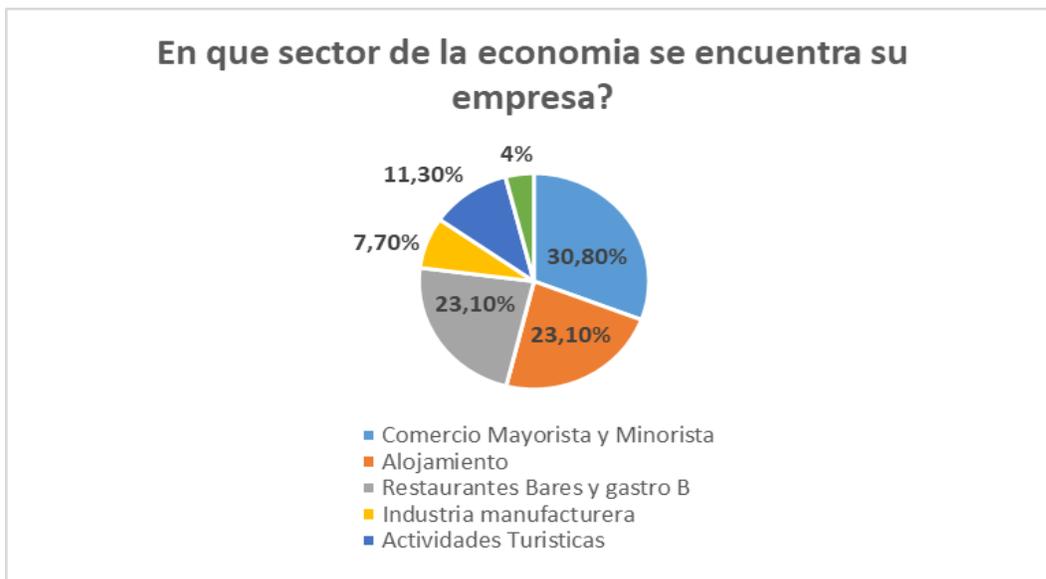


Fuente: Observatorio Económico Encuesta

El 23.10% de las personas encuestadas respondió que su ubicación está en los corregimientos y veredas del municipio de Pasto y el 76.90% viven o están ubicados en la ciudad de Pasto perímetro urbano.

2) ¿En qué sector de la economía se encuentra su empresa?

Grafica No 2



Fuente: Observatorio económico Encuesta

Ante la pregunta anterior en que sector se encuentra la empresa

El 30.80% pertenece al sector comercio Mayorista y minorista

El 23.10% al sector de alojamiento

El 23.10% a Restaurantes bares y gastrobares

El 11.30% a actividades Turísticas

El 7.70% a industria manufacturera

Y el 4% al sector agrícola y ganadero.

3) El impacto que tuvo su negocio por la realización de semana Santa en Pasto fue:

Grafica No 3



Fuente: Observatorio Económico Cámara de Comercio

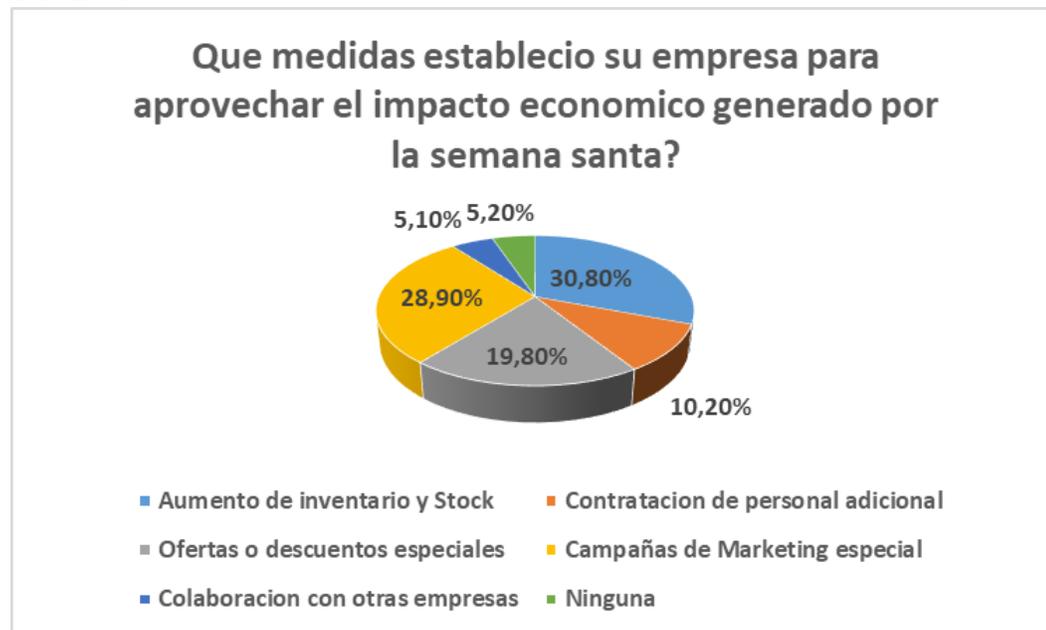
Ante la pregunta anterior, sobre el impacto de semana Santa en las diferentes unidades productivas fue de:

Regular	77 U.P	equivalentes al	38.50%
Malo	61 U.P	equivalentes al	30.80%
Bueno	46 U.P	.equivalentes al	23.10%
Excelente	16 U.P.	equivalentes al	7. 70%

Los anteriores resultados muestran que el impacto comercial en semana santa no fue bueno ni excelente y por el contrario en su gran mayoría habla de una temporada regular en un 38.50% y Mala en un 30.80% siendo los porcentajes más altos en la muestra.

4) ¿Qué medidas estableció su empresa para aprovechar el impacto económico generado por la semana santa? Selección Múltiple.

Grafica No 4



Fuente: Encuesta O.B. Económico Cámara de Comercio

Ante la pregunta anterior, sobre el impacto económico generado por la semana santa el 30.80% refiere que aumento su stock e inventario por la expectativa de esta importante época y todo el trabajo previo de promoción por parte de la alcaldía gobernación y diferentes medios de comunicación.

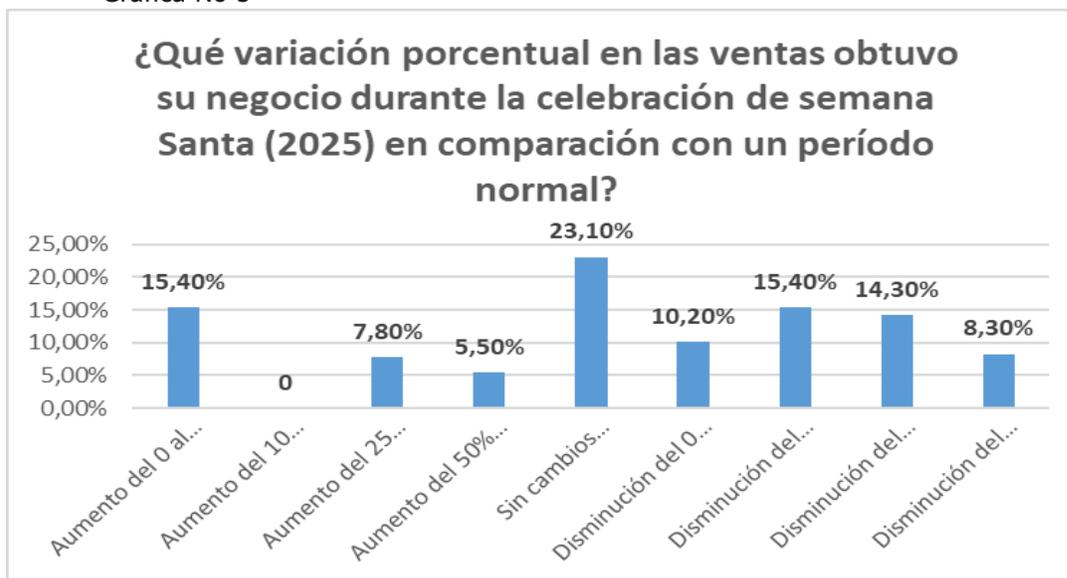
El 28.90% dice haber realizado campañas de Marketing especial, digital y también utilizaron algunos medios de comunicación como los medios radiales. El 19.80% realizo ofertas y descuentos especiales para atraer a turistas y propios, el 10.20% dice haber contratado personal adicional para la temporada de semana santa, sobre todo en sectores como el turismo, transporte y algunos hoteles y restaurantes.

El 5.10% corresponde a colaboración con otras empresas, alianzas que dan resultado en épocas especiales, como es el sector hotelero, restaurantes y transporte.

El 5.20% dice no haber tenido ninguna medida para aprovechar dicha temporada.

5) ¿Qué variación porcentual en las ventas obtuvo su negocio durante la celebración de semana Santa (2025) en comparación con un período normal?

Grafica No 5



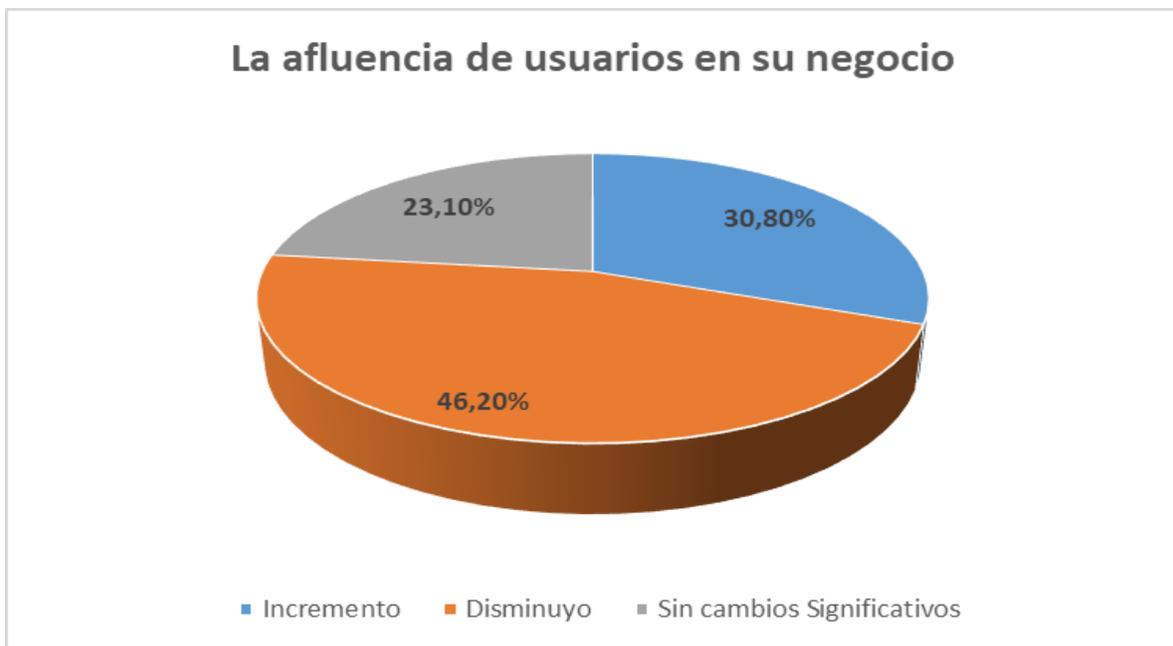
Fuente: Encuesta observatorio Económico Cámara de Comercio.

De acuerdo a la gráfica anterior, el 15.40% aumento el nivel de ventas en un 10% aproximadamente, el 7.80% aumento del 25 al 50% y el 5.50% aumento más del 50%, Y sin cambios en las ventas con relación a un día normal el 23.10%, el otro lado de la moneda lo representan las unidades productivas que tuvieron disminución por esta época, el 10.20% tuvo una disminución del 10%, el 15.40% de la población encuestada tuvo una disminución en su nivel de ventas del 10 al 25%, el 14.30% equivalente a 29 unidades productivas tuvo una disminución del 25 al 50% y el 8.30% equivalente 17 U.P tuvo una disminución del 50% y más.

Lo anterior hace entrever que la expectativa en cuanto al periodo de semana Santa en pasto, no fue el mejor, teniendo en cuenta que si hubo sectores con mayores ingresos otros no lo percibieron de la misma manera, faltó más organización y menos improvisación

6) La afluencia de usuarios en su negocio

Grafica No 6



Fuente: Observatorio Económico Cámara de Comercio de Pasto

Ante la pregunta de que, si en la empresa la afluencia de clientes o usuarios se incrementó, el 30.80% responde que, si esto es equivalente a 62 personas, quienes responden que por el contrario las ventas en esta época del año disminuyeron representa el 46.20% equivalente a 92 unidades productivas y el 23.10% de la población encuestada responde que no hubo cambios y las ventas permanecieron igual, representado en 54 U.P.

Lo anterior nos ratifica de acuerdo a la pregunta Numero 5 que la mayoría de la población encuestada no obtuvo ingresos por encima de la media o lo que usualmente se comercializa.

7) Requirió contratar personal adicional durante los días de semana Santa

Grafica No 7



Fuente: Ob. Económico Cámara de comercio Encuesta.

De acuerdo a esta pregunta el 100% equivalente a 200U.P. no requirió contratar personal por temporada, usualmente la época no lo amerita, los resultados comerciales así lo ratifican.

Entrevistas:

Se realiza algunas entrevistas a personas de sectores económicos estratégicos como el sector hotelero.

- 1) **Hotel V1501** se habla con la gerente comercial la señora: Lorena Salazar, quien nos manifiesta que el hotel en la temporada de semana santa estuvo a una capacidad del 60%, no se llenó en su capacidad Total y por el contrario de ser una época buena para el sector y para el hotel no lo fue lo que realmente se esperaba, llegaron turistas del vecino país del Ecuador, pues los del interior del país y por el derrumbe en el km 42 vía panamericana cancelaron reservas.
- 2) **Hotel Cuellar** : se habla con la señora Tatiana Leyton, de atención al usuario, quien nos comenta que a pesar de que el hotel lanzo una promoción de rebaja o descuento del 30% lastimosamente el hotel estuvo a una capacidad del 45%, la época no fue la mejor, la expectativa era más alta, hubo afluencia de turistas del vecino país del Ecuador, pero del interior del país fueron muy pocos, se espera que para las próximas temporadas la situación sea mejor.
- 3) **Restaurantes La Merced:** se habla con el administrador del punto Panamericana el señor Robinson Cerón, quien nos expresa que lamentablemente las ventas en la temporada de semana santa 2025 con relación al periodo de 2024 disminuyeron en más del 25%, la expectativa que se tenía era alta a razón de las noticias que se venían presentando por parte de la alcaldía y la oficina de desarrollo comunitario, a su vez la promoción que se hizo en la ciudad de Bogotá en ANATO, no dio frutos, en realidad los resultados fueron pobres, se espera que para la semana santa del próximo año estos resultados mejoren.
- 4) **Terminal de Transportes de Pasto** : En esta entidad no se pudo hablar con el gerente el señor Afranio Rodriguez, pero si nos atiende el señor: Alexander Inga Rosero, coordinador Operativo del terminal de transportes de Pasto, él nos comenta que el flujo de pasajeros en la temporada de semana

Santa, aumento en un 25%, se identifican viajeros que llegan a la ciudad, oriundos de la ciudad de Pasto como estudiantes y personas que quizás trabajan en otras regiones y aprovechan la época para visitar a sus familiares, también nos comenta que en un menor porcentaje llegaron visitantes del interior del país para visitar el santuario de las lajas así como turistas Ecuatorianos, en síntesis la afluencia de pasajeros si aumento, haciendo la aclaración que en su mayoría son personas de la ciudad y llegan a casa de sus familiares y esta es la principal razón por la cual la capacidad hotelera no estuvo ocupada al 100%

- 5) **Cotelco:** en esta entidad se habla con la gerente la doctora, Doris Ruano Zambrano, quien nos manifiesta que la temporada de semana Santa en lo que tiene que ver con el sector de hospedaje en la jurisdicción fue malo, los motivos pueden ser muchos pero principalmente afecto de manera directa, los petardos en la zona del Cauca, Timbío, el deslizamiento en el km 42, tema invernal, tema seguridad de la vía panamericana norte así como las condiciones en algunos tramos de la misma, los cuales no son los mejores, todo ello influyo en el bajo resultado en esta temporada, algunos datos suministrados por esta importante entidad en cuanto a la ocupación hotelera son los siguientes:

En Pasto	se registró el	31.28%	de ocupación hotelera.
En Ipiales	se registró el	56.10%	de ocupación hotelera.
En Tumaco	se registró el	84.78%	de ocupación hotelera.

Síntesis:

Se puede partir de una premisa, y es la afectación directa que tiene la vía panamericana en la economía del departamento de Nariño, una vía que presenta una serie de problemas de tipo estructural y de seguridad que no ha permitido el desarrollo de nuestra región con todo el potencial que tiene el departamento de Nariño en muchos aspectos, entre ellos el tema Turístico, un sector que le aportaría mucho a la región, con el cual se potencializarían otros sectores de la economía regional pero que además daría a conocer la cultura, la gastronomía, la biodiversidad

y mucho aspectos más de nuestro Departamento, pero que a pesar de todos los esfuerzos realizados los resultados no son los mejores, dado que se carece de muchas herramientas y mecanismos de desarrollo estructural, como tener una mejor pista de aterrizaje, una mejor vía Panamericana, contar con mayor seguridad en la vía, montar estrategias de marketing que permitan desarrollar campañas masivas para nuestro departamento , en fin un sin número de actividades que se pueden desarrollar de la mejor manera, pero que se necesita organizar las estrategias y guías de trabajo, con ello obtener más y mejores resultados.

Wilson Ricardo Torres Valencia

Líder de Proceso Observatorio Económico

Cámara de comercio de Pasto.

Fuente: encuestas, Entrevistas directas Empresarios- Ob Económico.