



Cámara de Comercio
del Huila



**Informe de impacto de las fiestas de San
Pedro en los sectores de comercio y
servicios de los municipios de Neiva,
Pitalito, Garzón y La Plata**

Dirección General

Cámara de Comercio del Huila

Lina Marcela Carrera

Presidente Ejecutiva

Ivonne Bibiana Estrella Medina

Secretaria General

Equipo Técnico

John Steven Perdomo Beltran

Profesional – Desarrollo Regional

Willinton Zambrano García

Aux. Activo – Estudios Económicos

Julio 2024



**Cámara de Comercio
del Huila**

Contenido

Tabla de gráficos.....	3
Glosario	5
Introducción.....	6
Tejido empresarial del departamento del Huila	7
Diagnóstico: impacto de las fiestas de san pedro en los sectores de Comercio y Servicios en los municipios de Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata	10
Instrumento diagnóstico	10
Diseño y análisis muestral	10
Análisis de resultados	11
1. Módulo de caracterización	11
2. Módulo de medición de impactos.....	14
3. Módulo de percepción y recomendaciones	20
Conclusiones.....	24
Recomendaciones	25
Referencias	26

Tabla de gráficos

Gráfico 1. Tamaño de unidades productivas del tejido empresarial 2023.....	7
Gráfico 2. Jurisdicción por zonas de las unidades productivas del tejido empresarial 2023.....	8
Gráfico 3. Macrosector económico de las unidades productivas del tejido empresarial 2023.....	9
Gráfico 4. Distribución por tipo de organización.	11
Gráfico 5. Participación por tamaño de la empresa.....	11
Gráfico 6. Participación por sector económico.	13

Gráfico 7. Ubicación según municipios.	13
Gráfico 8. ¿Considera que el impacto de las fiestas de Sampedro en su empresa fue positivo, negativo o se mantuvo igual?.....	14
Gráfico 9. Impactos de las fiestas por sectores económicos.....	14
Gráfico 10. ¿Durante la temporada sampedrino, recurrió a fuentes de financiación para la compra de mercancías, insumos, personal, etc.?.....	15
Gráfico 11. ¿En qué porcentaje incrementó sus ventas en el mes de junio respecto a mes anterior?.....	16
Gráfico 12. ¿Después de descontar gastos operativos, el margen de utilidad fue?...	17
Gráfico 13. ¿El incremento en las ventas durante la temporada sampedrino le ayudará a dar estabilidad para continuar con su negocio?.....	17
Gráfico 14. ¿Durante la temporada sampedrino cuántos empleos nuevos generó?.	18
Gráfico 15. Estas personas se encuentran dentro de los siguientes rangos de edad.	19
Gráfico 16. ¿Por qué considera que las fiestas de San Pedro impactaron de forma negativa su empresa?.....	19
Gráfico 17. ¿Qué opinión le merece la organización y desarrollo de las fiestas de Sampedro de este año frente a las del 2023?.....	20
Gráfico 18. Considera usted que las condiciones de seguridad (presencia de uniformados, reacción inmediata, etc.), durante las fiestas Sampedro, fueron:.....	21
Gráfico 19. ¿Qué condiciones del entorno considera usted que afectó la temporada del festival de San Pedro?.....	22
Gráfico 20. ¿Qué recomendaciones sugiere para que la Cámara de Comercio del Huila tenga en cuenta, con el fin de preparar a su empresa para las próximas temporadas?.....	23

Glosario

Turista: A cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino. También se consideran turistas internacionales los pasajeros de cruceros y los colombianos residentes en el exterior de visita en Colombia. (Viceministerio de Turismo, 2024).

Visitante: Persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. (Organización Mundial del Turismo, s.f.).

Residente: Persona que tiene establecida su residencia habitual en un lugar determinado ya sea de forma permanente o transitoria. (DANE, 2024).

Formalidad de entrada: Es la formalidad asociada con la existencia de la empresa que incluye los requisitos de Registros empresariales (matriculados ante Cámaras de Comercio) (Registro Mercantil, RUT y NIT). (MinCIT, 2024).

Código CIIU: Con el propósito de clasificar las actividades económicas de los empresarios del país de la manera más precisa, las cámaras de comercio del país, a partir del año 2000, se rigen por la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de todas las actividades económicas¹. El Código CIIU fue elaborado por la Organización de Naciones Unidas y la revisión 4 es una adaptación para Colombia hecha y revisada por el DANE. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.).

¹ Cartilla de códigos CIIU Revisión 4 adaptada para Colombia.
https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2022.pdf

Macrosector: Es la clasificación de los sectores económicos agregados, donde se encuentran agricultura, comercio, construcción, extracción, industria, resto y servicios.

Empleo estacional: El empleo estacional se define como el empleo temporal que se produce más o menos en la misma época cada año, lo que ayuda a las empresas a cubrir las necesidades temporales durante ese periodo.

No matriculados: Personas que ejercen su actividad económica si estar registrado en la Cámara de Comercio del Huila.

Introducción

Las Fiestas de San Pedro en el departamento del Huila constituyen una de las celebraciones folclóricas y culturales más importantes de Colombia. Con una trayectoria que se remonta a la época colonial, estas fiestas se han convertido en un referente de la identidad huilense, atrayendo visitantes y turistas tanto nacionales como internacionales.

Más allá de su valor cultural, las Fiestas de San Pedro también representan un importante motor económico para el departamento, especialmente para los sectores de comercio y servicios. Durante la temporada, se observa un aumento significativo en la afluencia de visitantes, tanto locales como turistas, lo que se traduce en un incremento notable en las ventas de negocios locales. Hoteles, restaurantes, tiendas y otros establecimientos comerciales experimentan un incremento en sus ingresos debido al mayor número de clientes. En este contexto, se hace necesario comprender de manera profunda la magnitud de este impacto y las diferentes aristas que lo componen.

El presente estudio tiene como objetivo analizar el impacto de las Fiestas de San Pedro en los sectores de comercio y servicios de los municipios de Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata. Para ello, se realizó un sondeo de opinión a una muestra representativa de

empresas de estos sectores con el fin de obtener información sobre su desempeño durante la temporada sampedrino, abarcando aspectos como el comportamiento de las ventas, la generación de empleo, la rentabilidad de las empresas y la percepción de los empresarios sobre la organización y desarrollo de las fiestas.

Los resultados de este estudio permitirán comprender de manera más precisa el papel que desempeñan las Fiestas de San Pedro en la economía regional, identificando tanto los aspectos positivos como los desafíos que enfrentan los empresarios durante esta temporada.

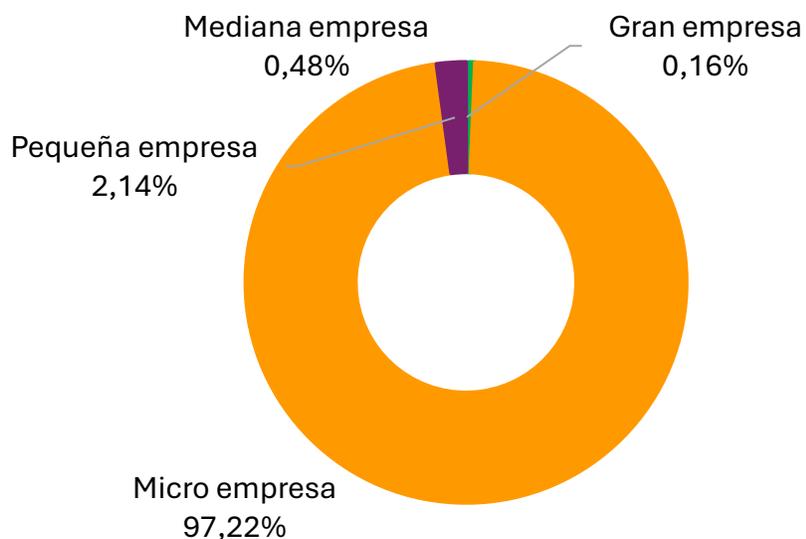
A partir de este análisis, se podrán formular recomendaciones para optimizar la organización y desarrollo de las fiestas, maximizando su impacto positivo en el sector empresarial y contribuyendo al crecimiento económico sostenible del departamento del Huila.

Tejido empresarial del departamento del Huila

El tejido empresarial del departamento del Huila para el año 2023 estuvo conformado por 39.885 empresas distribuidas entre personas naturales (83,27%) y jurídicas (16,73%), registrando un leve decrecimiento del 0,51% con respecto al 2022 donde este fue de 40.091 unidades productivas. (Cámara de Comercio del Huila , 2024).

Caracterizando estas empresas por tamaño, la estructura empresarial está conformada en mayor medida por microempresas (97,22%), seguido de pequeñas (2,14%), medianas (0,48%) y grandes empresas (0,16%)

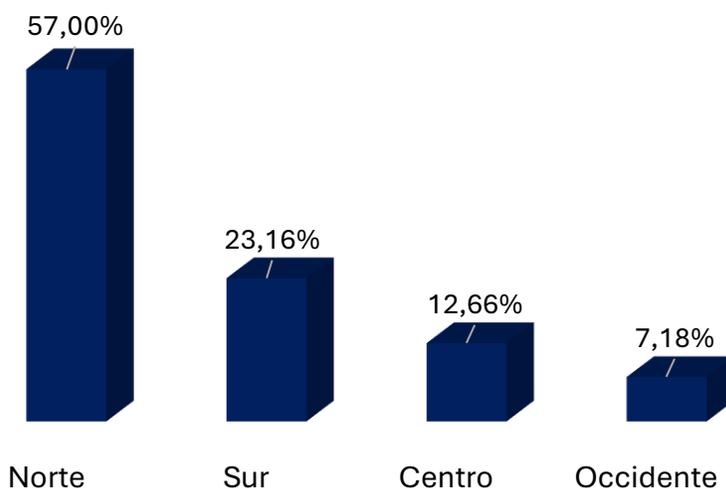
Gráfico 1. Tamaño de unidades productivas del tejido empresarial 2023.



Fuente: Elaboración propia con datos del SII - Sistema Integrado de Información.

Por zonas geográficas, en la zona Norte se encuentra el 57% de las unidades productivas del departamento del Huila, seguido de la zona Sur con el 23,16%, en la zona Centro está el 12,66% y en el Occidente el 7,18%.

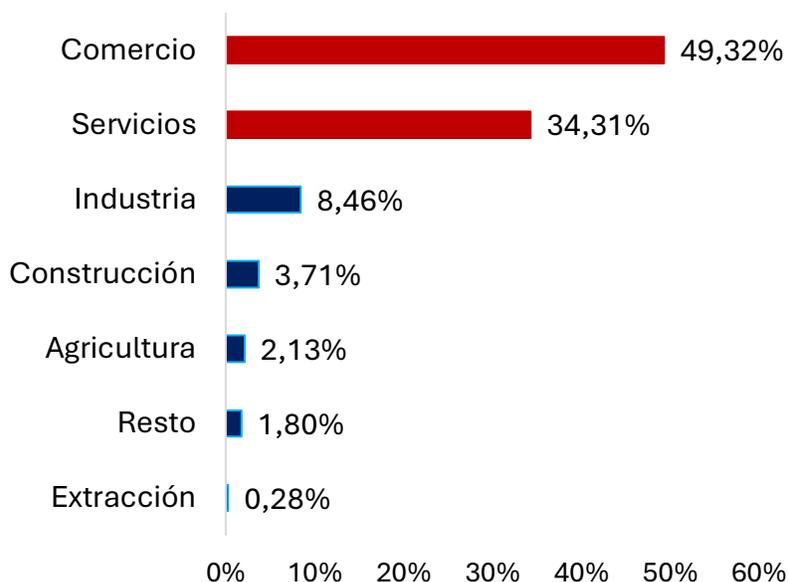
Gráfico 2. Jurisdicción por zonas de las unidades productivas del tejido empresarial 2023.



Fuente: Elaboración propia con datos del SII - Sistema Integrado de Información.

Respecto a la actividad económica, los macrosectores más representativos en el departamento son Comercio (49,32%) y Servicios (34,31%); En menor medida los siguen Industria (8,46%), Construcción (3,71%), Agricultura (2,13%), Resto (1,8%) y Extracción (0,28%).

Gráfico 3. Macrosector económico de las unidades productivas del tejido empresarial 2023.



Fuente: Elaboración propia con datos del SII - Sistema Integrado de Información.

Los municipios de Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata representan ejes fundamentales de desarrollo económico, social y cultural para las zonas norte, sur, centro y occidente del departamento del Huila respectivamente. En conjunto, representan el 69,16% (33.356 unidades productivas) del tejido empresarial del Huila para el año 2023, distribuidas entre personas naturales (87,98%) y jurídicas (12,02%)

Diagnóstico: impacto de las fiestas de san pedro en los sectores de Comercio y Servicios en los municipios de Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata

Con el fin de conocer el impacto de las fiestas de San Pedro 2024 en los sectores de Comercio y Servicios en los municipios de Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata, se realizó un diagnóstico mediante una encuesta semiestructurada, post temporada, teniendo como población objetivo el tejido empresarial 2023 de los municipios mencionados anteriormente, realizando una segmentación por tipo de organización para los macrosectores de Comercio y Servicios.

Instrumento diagnóstico

Para poder determinar el impacto de las fiestas de san pedro en los sectores de Comercio y Servicios en los municipios de Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata, se estructuró una encuesta de tipo semiestructurada. Dicho instrumento se compone de 4 módulos:

- 1. Módulo de caracterización:** Nombre de la empresa, macrosector y sector económico, tamaño, ubicación y tipo de organización.
- 2. Módulo de medición de impactos:** se compone de 7 preguntas generadores que analizan aspectos como el comportamiento de las ventas, la generación de empleo, la rentabilidad de las empresas.
- 3. Módulo de percepción y recomendaciones:** Se indaga la percepción de los empresarios sobre las condiciones del entorno, organización y desarrollo de las fiestas, además de recopilar las recomendaciones para las próximas temporadas.

Diseño y análisis muestral

Para el análisis muestral se tomó como población objetivo el tejido empresarial 2023 de los municipios de Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata de los macrosectores de Comercio y Servicios, es decir, las 19.252 empresas activas y renovadas para esta

vigencia. De esta población objetivo se obtuvo una muestra de 356 empresas a nivel departamental (con un margen de error de 5,2%), las cuales fueron segmentadas de la siguiente manera:

- **Por macrosector económico:** Comercio y servicios.
- **Por tipo de organización:** personas naturales y personas jurídicas.

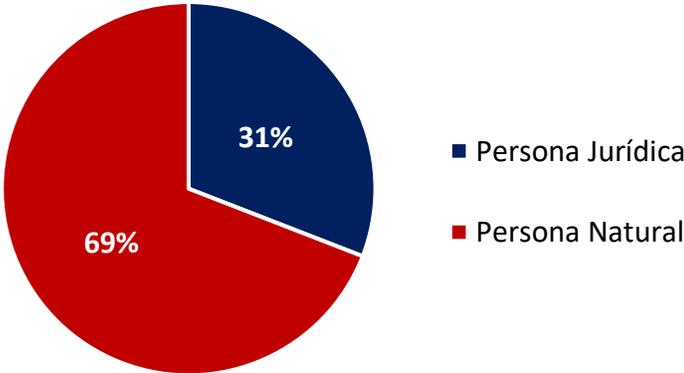
Análisis de resultados

1. Módulo de caracterización

Características generales de las empresas

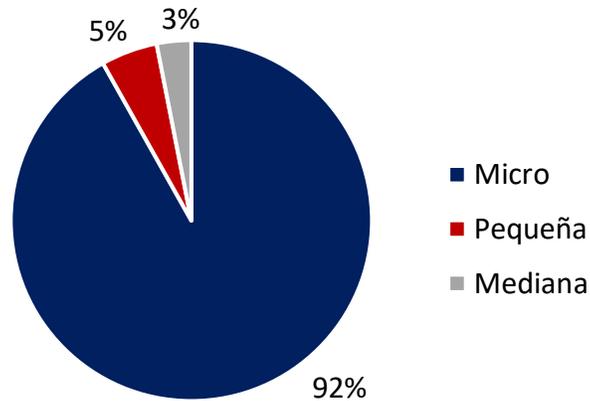
Se encuestaron 356 empresas que se distribuyen así: el 31% en personas naturales y el 69% en personas jurídicas. Respecto al tamaño el 92% corresponde a microempresas, el 5% pequeña empresa y el 3% mediana empresa.

Gráfico 4. Distribución por tipo de organización.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5. Participación por tamaño de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

Macrosector y sector económico

Las empresas encuestadas se encuentran en el macrosector de comercio, con una participación del 54%, y el macrosector de servicios con una participación del 46%. Según actividad económica que desarrolla las empresas encuestadas la mayor participación se encuentra en Comercio al por mayor y al por menor (54%), Actividades de servicios administrativos y de apoyo (13%), Alojamiento y Servicios de Comida (11%), Otras actividades de servicios (6%) Actividades profesionales, científicas y técnicas (4%), Actividades financieras y de seguros (4%), Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación (4%), Transporte y Almacenamiento (3%) e Información y comunicaciones (1%).

Gráfico 6. Participación por sector económico.

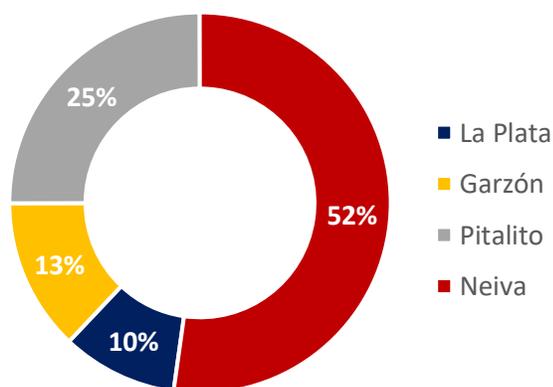


Fuente: Elaboración propia.

Ubicación geográfica

De acuerdo con la ubicación geográfica de las empresas encuestadas, el mayor porcentaje corresponde a la ciudad de Neiva (52%), seguido del municipio de Pitalito (25%), Garzón (13%) y La Plata (10%).

Gráfico 7. Ubicación según municipios.

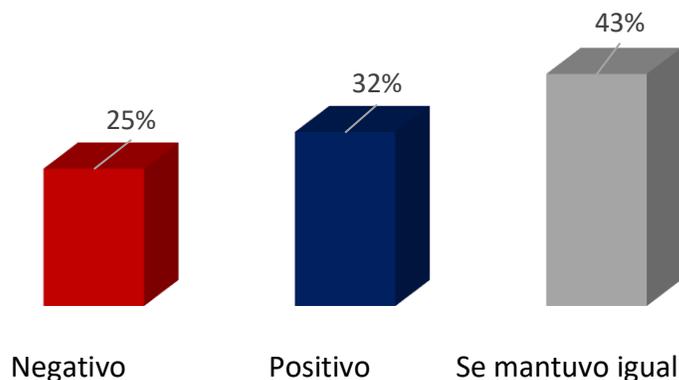


Fuente: Elaboración propia.

2. Módulo de medición de impactos

Según la encuesta realizada, la mayoría de los empresarios indicaron que las fiestas de San Pedro no tuvieron un impacto significativo en sus empresas. Sin embargo, un 32% de los encuestados expresó que la temporada fue positiva para sus negocios. Por otro lado, un 25% de los empresarios reportaron que experimentaron impactos negativos durante este período, lo cual podría incluir reducciones en las ventas, problemas operativos u otros efectos adversos. Estos resultados resaltan la diversidad de percepciones sobre cómo las fiestas de San Pedro afectaron a las empresas encuestadas.

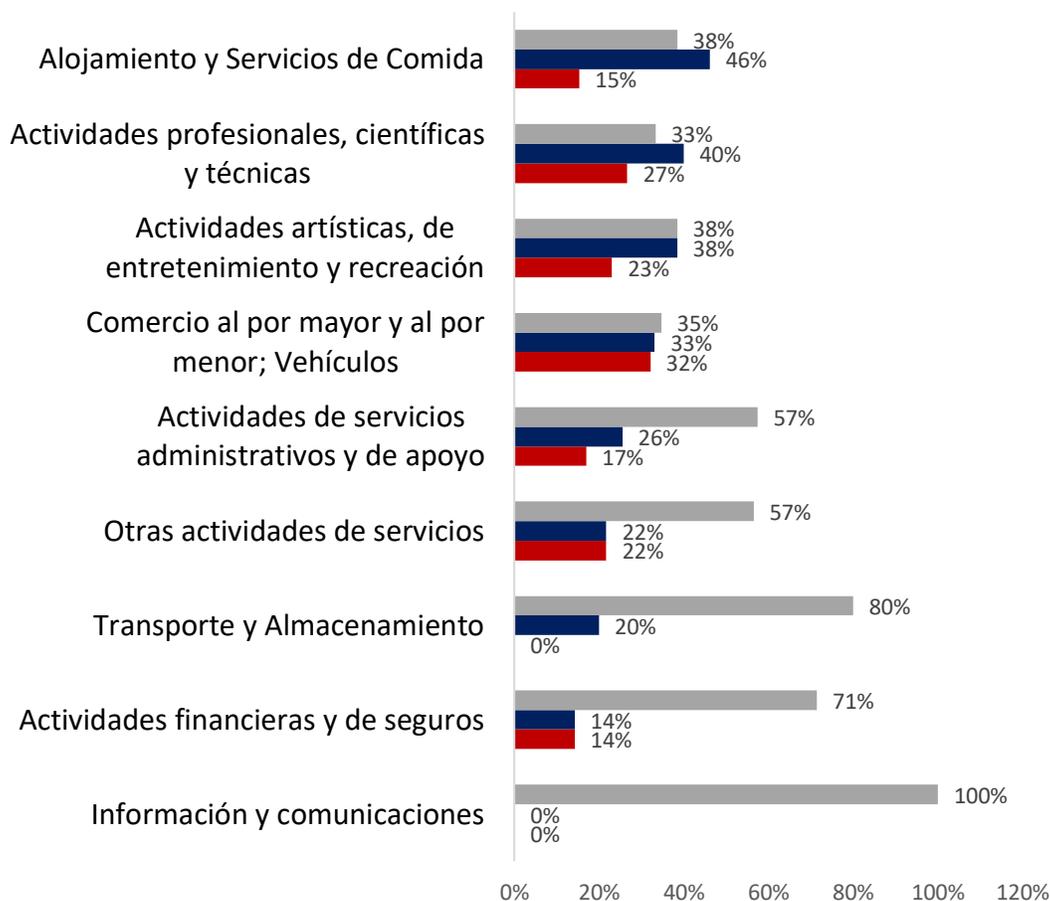
Gráfico 8. ¿Considera que el impacto de las fiestas de Sampedro en su empresa fue positivo, negativo o se mantuvo igual ?.



Fuente: Elaboración propia.

Al analizar estos impactos por actividades económicas, se observa que se presenta la misma dinámica en la mayoría de los sectores, a excepción de Alojamiento y servicios de comida y Actividades profesionales, científicas y técnicas, en los cuales la mayoría de las empresas presentaron impactos positivos derivados de la temporada sampedrino.

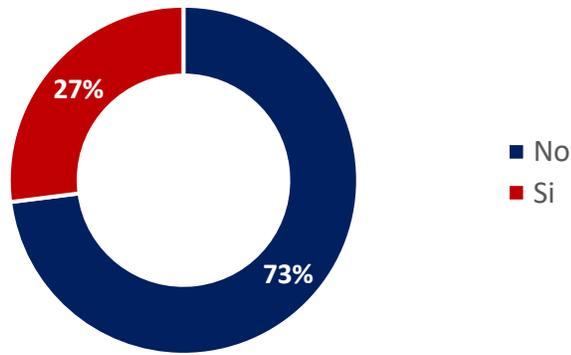
Gráfico 9. Impactos de las fiestas por sectores económicos.



Fuente: Elaboración propia.

Del 32% de los empresarios que reportaron impactos positivos durante la temporada, se destaca que el 73% de ellos no necesito recurrir a fuentes externas de financiación para adquirir mercancías, insumos o personal. Esto sugiere que los ingresos obtenidos durante la temporada fueron suficientes para cubrir las necesidades operativas adicionales, posiblemente gracias a un aumento en las ventas o a una gestión eficiente de los recursos internos disponibles. Por otro lado, el 27% restante de los empresarios optó por utilizar fuentes de financiación externas, como préstamos bancarios o líneas de crédito.

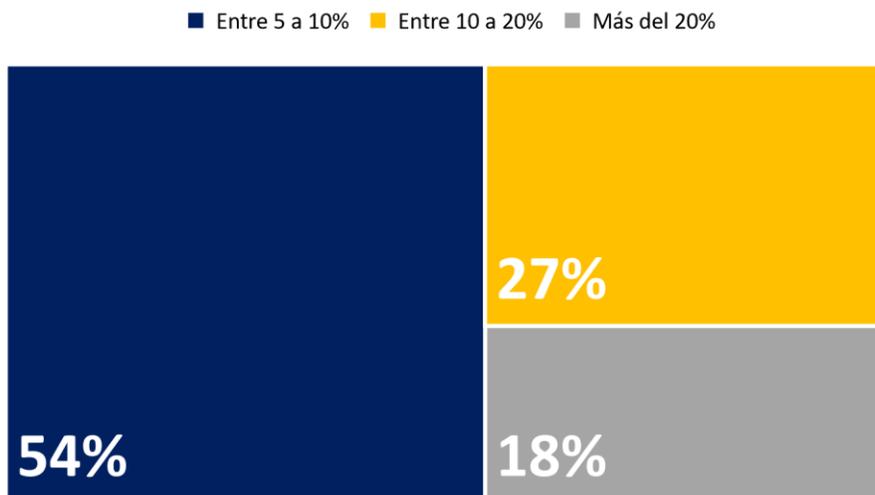
Gráfico 10. ¿Durante la temporada sampedrina, recurrió a fuentes de financiación para la compra de mercancías, insumos, personal, etc.?



Fuente: Elaboración propia.

Entre las empresas que reportaron impactos positivos durante la temporada sampedrina, se evaluó el incremento en las ventas en el mes de junio respecto al mes anterior. Un 54% de estas empresas indicaron un aumento entre el 5% y el 10%, seguido de un 27% que reportó un incremento entre el 10% y el 20%, reflejando un impacto aún más notable en el aumento de las ventas. Por último, el 18% restante experimentó un incremento superior al 20%, destacando un impacto significativamente positivo en las ventas durante las fiestas de San Pedro.

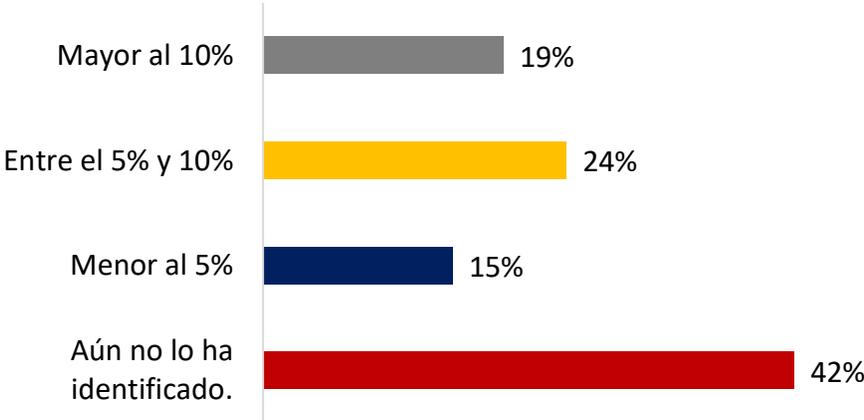
Gráfico 11. ¿En qué porcentaje incrementó sus ventas en el mes de junio respecto al mes anterior?.



Fuente: Elaboración propia.

En su mayoría las empresas no han identificado sus márgenes de utilidad como resultado de las fiestas. Sin embargo, el 24% reportaron márgenes de utilidad entre el 5% y 10%, indicando una rentabilidad moderada. Por otro lado, el 19% de las empresas indicaron un desempeño financiero sólido con márgenes significativos mayores al 10%. Finalmente, el 15% de las empresas señalaron que sus márgenes de utilidad producto de las fiestas de San Pedro fueron menores al 5%.

Gráfico 12. ¿Después de descontar gastos operativos, el margen de utilidad fue?.

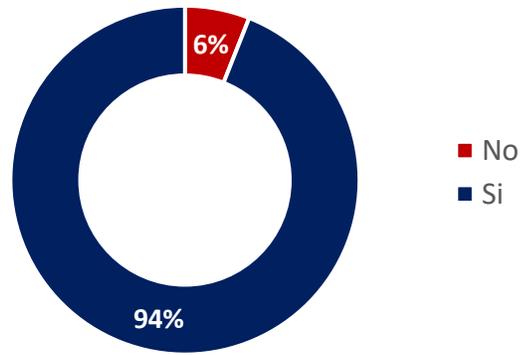


Fuente: Elaboración propia.

Un 94% de las empresas indicaron que el incremento en las ventas durante la temporada sampedrino sí les ayudará a dar estabilidad para continuar con su negocio. Por otro lado, solo un 6% de las empresas expresaron que el incremento en las ventas durante la temporada sampedrino no contribuirá a proporcionar estabilidad para continuar con su negocio.

Este análisis destaca la percepción mayoritariamente positiva de cómo el aumento en las ventas durante las fiestas de San Pedro influye en la estabilidad y continuidad de los negocios encuestados, resaltando la importancia económica de las temporadas de fiestas para el desempeño empresarial.

Gráfico 13. ¿El incremento en las ventas durante la temporada sampedrino le ayudará a dar estabilidad para continuar con su negocio?.

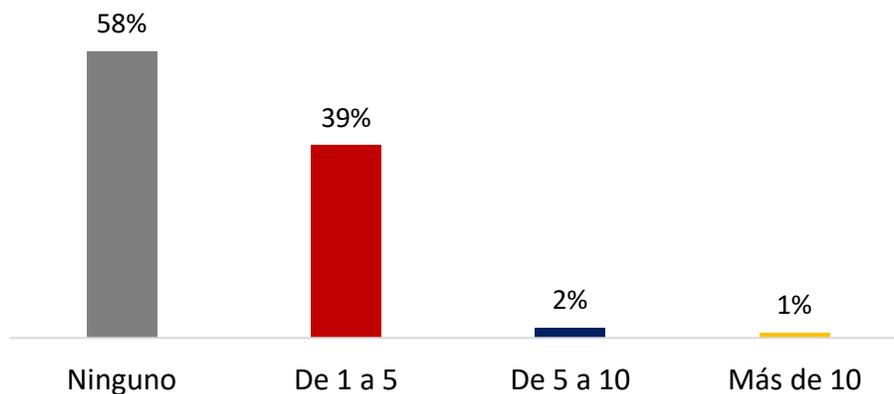


Fuente: Elaboración propia.

Es importante mencionar que esta pregunta la respondieron los empresarios que reportaron impactos positivos. Con respecto a la generación de empleo, El 58% de las empresas encuestadas no generaron empleos nuevos durante la temporada sampedrina. Por otro lado, un significativo 39% de las empresas crearon entre 1 y 5 nuevos empleos, reflejando un aumento moderado en la demanda de mano de obra para satisfacer las necesidades operativas durante las fiestas de San Pedro.

Un 2% de las empresas generaron entre 5 y 10 nuevos empleos, mientras que solo un 1% reportó la creación de más de 10 nuevos empleos. Esto indica que algunas empresas experimentaron un impacto más sustancial en la creación de empleo durante esta temporada, posiblemente debido a un aumento significativo en la actividad comercial.

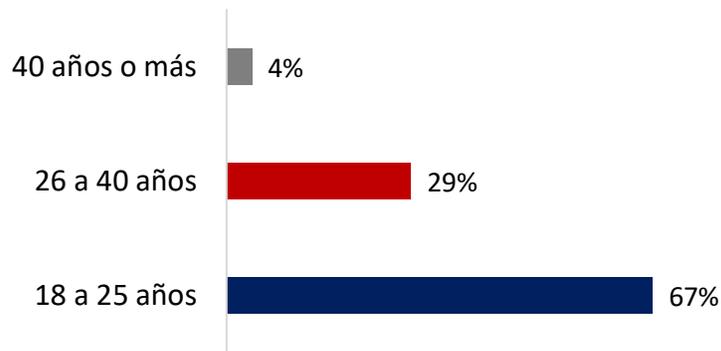
Gráfico 14. ¿Durante la temporada sampedrina cuántos empleos nuevos generó?.



Fuente: Elaboración propia.

Con base en el 42% de las empresas que generaron empleos nuevos durante las fiestas, el 67% de las personas se encuentran en el rango de edad de 18 a 25 años, Un 29% de las personas se encuentran en el rango de edad de 26 a 40 años y solo un 4% de las personas se encuentran en el rango de edad de 40 años o más.

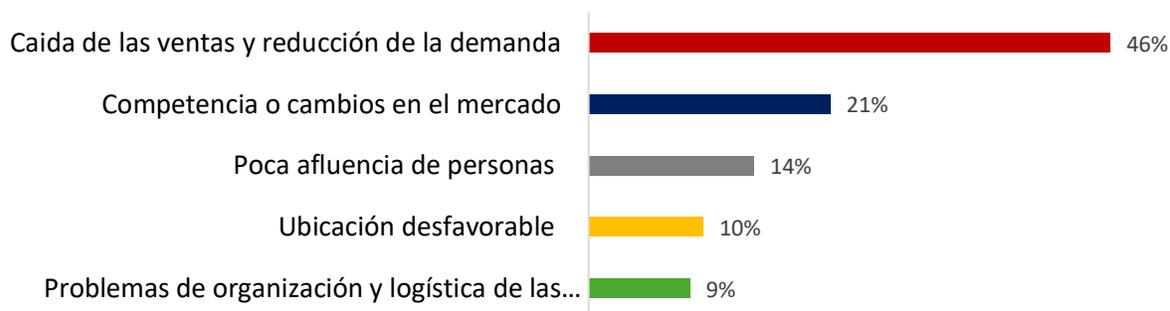
Gráfico 15. Estas personas se encuentran dentro de los siguientes rangos de edad.



Fuente: Elaboración propia.

Con base en las razones expresadas por las empresas sobre los impactos negativos debido a las fiestas de San Pedro, se ha realizado una categorización para facilitar su análisis, resultando en 5 categorías principales, donde resalta la caída de las ventas y reducción de la demanda con un 46% como la principal razón de los impactos negativos, seguido de competencia o cambios en el mercado (21%), poca afluencia de personas (14%), ubicación desfavorable (10%) y problema de organización y logística de las fiestas (9%).

Gráfico 16. ¿Por qué considera que las fiestas de San Pedro impactaron de forma negativa su empresa?.



Fuente: Elaboración propia.

3. Módulo de percepción y recomendaciones

Resultados de percepción y recomendaciones

Los resultados de la encuesta muestran que el 30% de los empresarios perciben que la organización de las fiestas de San Pedro mejoró en comparación con el año anterior. Esto refleja una aceptación positiva de las medidas tomadas, como la reducción del número de palcos y mejoras en la logística. Sin embargo, un 15% considera que la organización se mantuvo igual, lo que indica que las mejoras no fueron suficientemente notorias para todos. Un 15% de los encuestados opinó que la organización empeoró, señalando problemas específicos como desorganización y mala logística.

Además, el 20% de las respuestas reconocen mejoras en algunos aspectos y problemas en otros, sugiriendo una percepción mixta sobre la organización. Por último, un 20% de los encuestados no tienen una opinión clara o no participaron activamente en las festividades, lo que puede indicar una desconexión o falta de interés en el evento por parte de algunos empresarios.

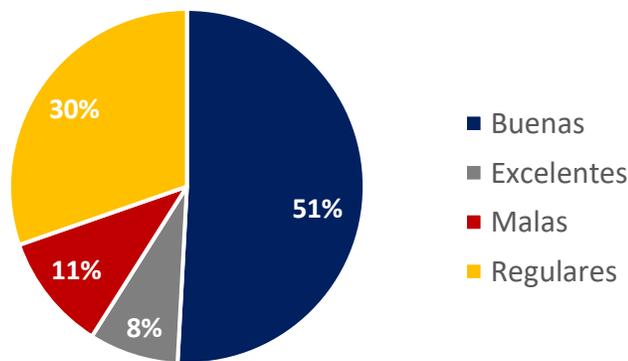
Gráfico 17. ¿Qué opinión le merece la organización y desarrollo de las fiestas de Sampedro de este año frente a las del 2023?.



Fuente: Elaboración propia.

El 59% de los empresarios encuestados evaluó positivamente las condiciones de seguridad durante la temporada sampedrino, destacando la presencia de uniformados. Sin embargo, el 41% restante las calificó como regulares o malas, señalando preocupaciones sobre la seguridad durante las fiestas.

Gráfico 18. Considera usted que las condiciones de seguridad (presencia de uniformados, reacción inmediata, etc.), durante las fiestas Sampedro, fueron:.



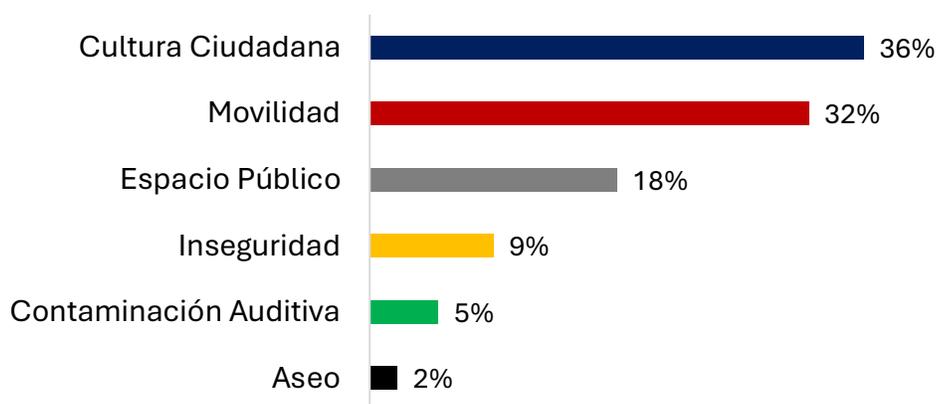
Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que las opiniones de los participantes se dividen principalmente en cinco categorías clave que afectaron la temporada sampedrino en Neiva. La cultura ciudadana emerge como el factor más mencionado, representando el 36% de las respuestas, seguido de cerca por la movilidad, que abarca el 32%. La preocupación por el espacio público también fue significativa, mencionada por el 18% de los encuestados. La inseguridad fue destacada por el 9% de los participantes como un

factor de preocupación, mientras que la contaminación auditiva y el aseo representaron el 5% y el 2% respectivamente.

Estos resultados sugieren que, aunque la mayoría reconoce la importancia de la cultura ciudadana y la movilidad, también existe una preocupación significativa por la seguridad y la gestión del espacio público durante las festividades sampedrinas en Neiva.

Gráfico 19. ¿Qué condiciones del entorno considera usted que afectó la temporada del festival de San Pedro?



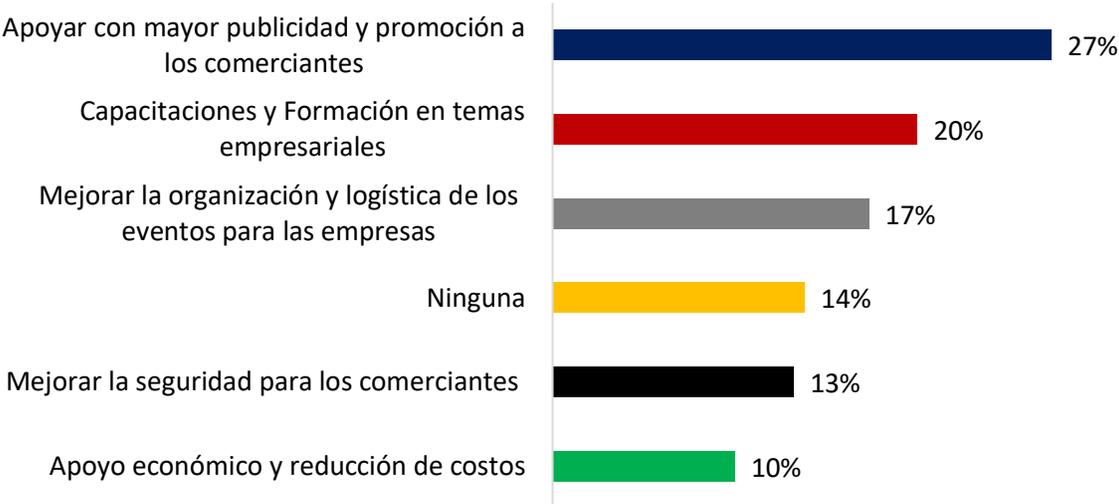
Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los empresarios encuestados consideran fundamental mejorar la publicidad y la visibilidad de los negocios durante las temporadas altas. Esta opinión representa el 27% de las respuestas, lo que resalta la percepción de la publicidad como una herramienta clave para atraer a más clientes y aumentar las ventas. Por otro lado, el 20% de las respuestas mencionan la necesidad de apoyar a los comerciantes y emprendedores a través de capacitación y formación en temas empresas como estrategias de marketing y finanzas. Además, hay una demanda significativa por una mejor organización y planificación anticipada de los eventos, reflejada en un 17% de las respuestas.

Aunque resaltan que el tema de seguridad en las fiestas no es responsabilidad de la Cámara de Comercio del Huila, el 13% de los empresarios encuestados solicitan

mejores medidas de seguridad para sus negocios. Para el 10% de los empresarios sugieren un apoyo económico y reducción de costos de tramites de registro por parte de la Cámara de Comercio del Huila. Por último, el 14% de los encuestados no tienen recomendaciones específicas o prefieren no opinar.

Gráfico 20. ¿Qué recomendaciones sugiere para que la Cámara de Comercio del Huila tenga en cuenta, con el fin de preparar a su empresa para las próximas temporadas?.



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

- Las fiestas de San Pedro tuvieron impactos económicos positivos principalmente en los sectores de alojamiento y servicios de comida, actividades profesionales, científicas y técnicas, y las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, destacando la importancia de estas temporadas en las dinámicas económicas de dichos sectores.
- Los empresarios en su mayoría reportaron incremento en sus ventas entre el 5% y el 10% durante las fiestas. Si bien esto refleja una dinamización temporal de la economía local debido a la llegada de turistas y visitantes, así como al aumento de la demanda en diversos productos y servicios, es importante señalar que los efectos en el crecimiento de las ventas empresariales no son necesariamente altos o significativos a largo plazo. Las fiestas, si bien generan un impulso económico durante la temporada, no pueden considerarse por sí solas como un motor de crecimiento sostenible para el departamento.
- Durante las fiestas de San Pedro en el Huila, se observó que el 42% de los empresarios reportaron haber generado empleo adicional principalmente para la población joven. Este dato sugiere que las fiestas contribuyen en cierta medida a la generación de empleo temporal en la región. Sin embargo, es importante destacar que esta cifra representa menos de la mitad de los empresarios encuestados, lo que indica que, aunque las fiestas tienen un impacto positivo en términos de empleo, este no es generalizado ni uniforme entre todas las empresas y sectores económicos.
- Las fiestas de San Pedro según los empresarios mejoraron en términos de organización y destacaron que se brindaron las condiciones de seguridad óptimas durante la temporada sampedrino. Sin embargo, consideran importante aunar esfuerzo para trabajar en aspectos como la cultura ciudadana, la movilidad y el espacio público, condiciones del entorno que están afectando el desarrollo de las fiestas en el departamento.

- Los empresarios destacan la necesidad de mejorar la publicidad y visibilidad de los negocios durante las temporadas altas, subrayando la importancia de estrategias de marketing eficaces articuladas con la institucionalidad.
- Se deben organizar y planificar con tiempo las actividades que se realizan en el marco de las fiestas, para potenciar el éxito comercial de cada una de ellas y de las festividades en su conjunto. La Cámara juega un rol clave en el alistamiento de los comerciantes y emprendedores, desde el campo de la formación abordando temas como marketing, vitrinismo y finanzas y, desde el ámbito comercial con eventos que ambienten la llegada de las fiestas y activen las ventas.
- Entendiendo que la seguridad no es responsabilidad de la Cámara de Comercio, los comerciantes piden medidas adicionales para proteger, no solo las fiestas y a los ciudadanos que están en ellas, sino también a los negocios, para garantizar un entorno más seguro durante las festividades.

Recomendaciones

1. Lograr una articulación interinstitucional efectiva con los actores involucrados en la planeación y ejecución de las fiestas del San Pedro, para que tenga un mayor impacto económico, social y cultural en beneficio de los comerciantes, la ciudad y el Departamento. Esto incluye una programación unificada y coordinada de las fiestas, para que no compitan entre sí los eventos y se maximice la asistencia de público en cada uno de ellos; una promoción más visible en medios de comunicación del orden nacional e internacional, para impulsar la llegada de más turistas y visitantes a la capital y demás municipios del Departamento; una logística más organizada para atender adecuadamente al público sin desbordar la capacidad instalada existente.
2. A nivel de seguridad, prever los recursos económicos necesarios para contar con el pie de fuerza suficiente que brinde seguridad y confianza en los diferentes

escenarios y eventos de las fiestas, sin desproteger el comercio que está aprovechando al máximo la temporada.

3. Los empresarios y gremios deben sentir las fiestas como propias e involucrarse en la planificación de las mismas y preparación con tiempo de los comerciantes de los diferentes sectores económicos que se benefician de las fiestas. Realizar mesas de trabajo permanentes.
4. Garantizar una negociación justa con los grandes patrocinadores de las fiestas para que se beneficien también los pequeños comerciantes matriculados y no matriculados de la región.
5. Diseñar un calendario de eventos para que éstos se desarrollen durante todo el año y así haya más y mejores oportunidades para el sector empresarial.

Referencias

1. Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). Obtenido de https://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/acerca_CIIU/01.html
2. Cámara de Comercio del Huila . (2024). *Estudio Económico Empresarial 2023*. Neiva, Huila .
3. DANE. (2024). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/>
4. MinCIT. (2024). *mipymes*. Obtenido de <https://www.mipymes.gov.co/programas/formalizacion-empresarial>
5. Organización Mundial del Turismo. (s.f.). Obtenido de UN Tourism: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
6. Viceministerio de Turismo. (2024). *Mincit*. Obtenido de <https://web.mincit.gov.co/pt/>