



CÁMARA DE COMERCIO  
DE VALLEDUPAR

JUNIDOS IMPULSAMOS EL DESARROLLO DE LA CIUDAD-REGIÓN

# BALANCE COMERCIAL Y TURÍSTICO



# 51° FESTIVAL DE LA LEYENDA VALLENATA 2018



OBSERVATORIO SOCIOECONÓMICO  
CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR

## PRESENTACIÓN

**Cámara de Comercio  
de Valledupar**

**José Luis Urón Márquez  
Presidente Ejecutivo**

**Edgar Rincón Castilla  
Vicepresidente  
Administrativo**

**Carlos Quijano Zequeda  
Vicepresidente de  
Competitividad**

**Juan Felipe Camargo Mejía  
Director  
Observatorio  
Socioeconómico**

Corrección de estilo:  
**Stella Durán Escalona**  
Asesora de Presidencia  
Ejecutiva

El vallenato tradicional se ha ganado un lugar en el corazón de Colombia y el mundo, a tal punto, de ser declarado Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, en el 2015. Anualmente, se realiza el Festival de la Leyenda Vallenata, celebración que convoca a propios y visitantes a exaltar esta música en Valledupar, capital mundial del vallenato.

En cada versión de esta gran celebración, se rinde homenaje a conocidos personajes que han contribuido y enaltecido al folclor vallenato. En la versión 51° (2018) se homenajeó a Carlos Vives, quien ha llevado nuestra música a muchos rincones del mundo, interpretando con orgullo en tierras extranjeras canciones vallenatas como “La Cañaguatera”, “La Gota Fría”, “Amor sensible”, “Matildelina” y muchos otros éxitos.

El merecido homenaje al artista samario aportó mucho a la promoción del Festival de la Leyenda Vallenata en el mundo, asimismo, Vives le devolvió el homenaje al pueblo vallenato, dándole la relevancia a cada evento en el que participó, pensando en cada detalle.

Bailó al ritmo de las Piloneras, recordando a la pilonera mayor Consuelo Araujonoguera; inauguró la escultura en homenaje al compositor Leandro Díaz; le cumplió el sueño de grabar una canción juntos al Gran Martín Elías, interpretando un éxito del querido hijo de Diomedes Díaz; rindió un merecido homenaje en tarima a Alfredo Gutiérrez y Lisandro Meza; en fin, muchos detalles que expresan el cariño que siente Carlos Vives por el vallenato tradicional.

Por todos estos detalles, el 51° Festival de la Leyenda Vallenata fue un éxito, y deja un gran reto para la próxima versión.

## INTRODUCCIÓN

Dada la importancia en materia comercial y turística que tiene el Festival de la Leyenda Vallenata para Valledupar y la región, la Cámara de Comercio de Valledupar realiza cada año un estudio para conocer el impacto económico de esta fiesta.

Este estudio, el Balance Comercial y Turístico del Festival, se realiza desde el Observatorio Socioeconómico, y a través de encuestas presenciales a visitantes y vendedores ambulantes y estacionarios, busca conocer la dinámica de ventas y movimiento turístico que tiene el festival.

Con este tipo de estudios se espera contribuir a la mejora continua del festival, para que la Fundación Festival de la Leyenda Vallenata, organizadores de eventos privados y los entes territoriales e instituciones de apoyo, tomen decisiones que fortalezcan nuestra fiesta y se satisfaga tanto a visitantes como a residentes, que asisten a todos los eventos.

Si está interesado en ampliar esta información o consultar sobre otros de los productos investigativos de la entidad, puede hacerlo a través de la página web oficial de la institución <http://www.ccvalliedupar.org.co/> en el enlace Virtualteca – Investigaciones Especiales, a través del correo electrónico [observatorioeconomico@ccvalliedupar.org.co](mailto:observatorioeconomico@ccvalliedupar.org.co) o en el teléfono 5897868 ext. 171. Asimismo, no olvide estar atento a las publicaciones que se realizan por medio de las cuentas oficiales en las redes sociales Twitter, Facebook e Instagram. El equipo de trabajo de la Cámara de Comercio de Valledupar y de su Observatorio Socioeconómico, estarán prestos para atender su solicitud.

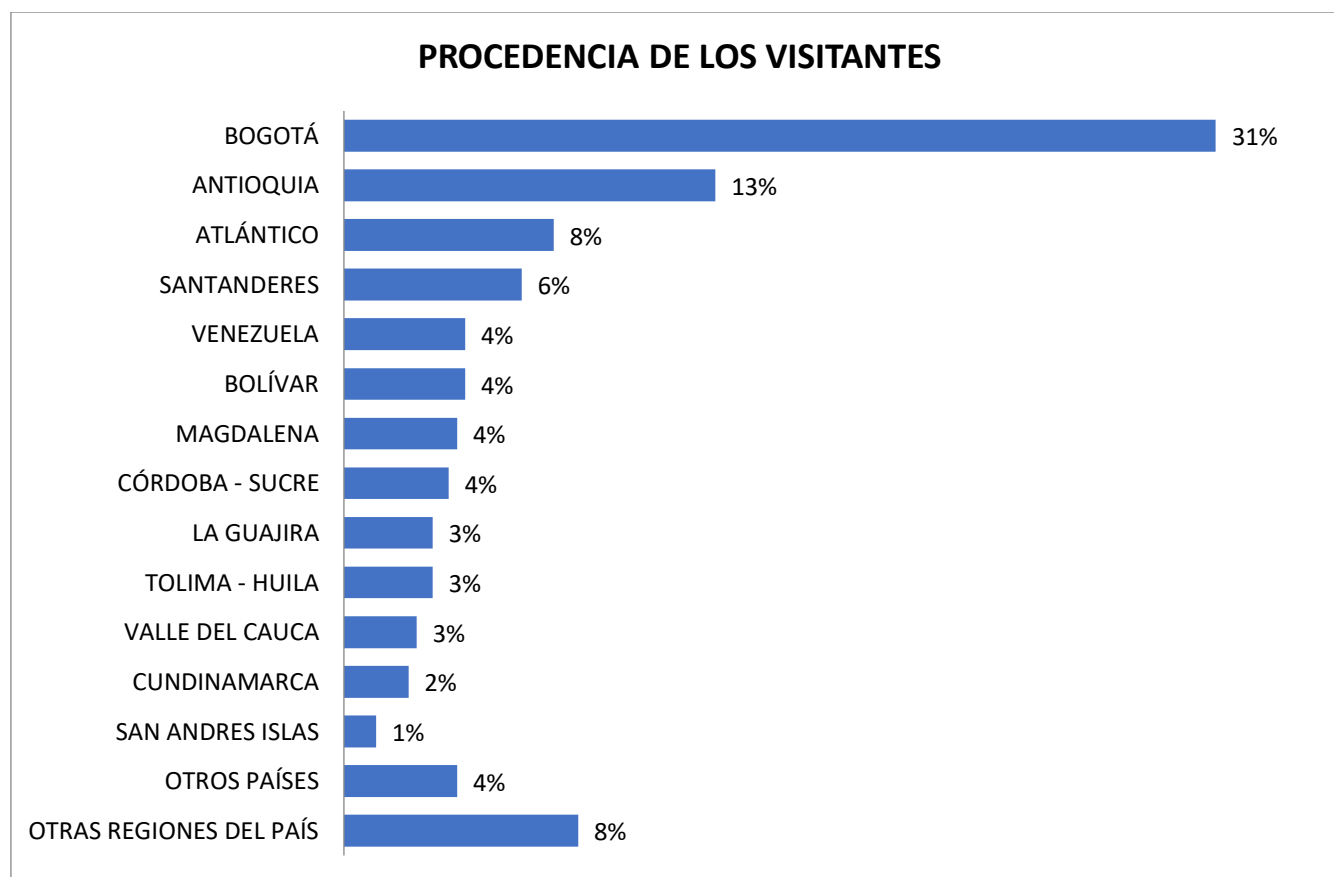
## FICHA TÉCNICA

El Balance Comercial y Turístico del 51° Festival de la Leyenda Vallenata presenta los resultados de las encuestas aplicadas a visitantes y vendedores ambulantes y estacionarios encontrados en los distintos eventos, del 26 al 30 de abril del 2018.

<b>ENTIDAD QUE LA REALIZA</b>	<b>Cámara de Comercio de Valledupar</b>
<b>ENTIDAD QUE LA FINANCIA</b>	Cámara de Comercio de Valledupar
<b>POBLACIÓN OBJETIVO</b>	Visitantes y vendedores ambulantes y estacionarios presentes en el Festival de la Leyenda Vallenata 2018
<b>PREGUNTAS FORMULADAS</b>	15 preguntas principales
<b>LUGAR DONDE SE REALIZÓ</b>	Principales eventos del Festival Vallenato
<b>FECHA EN LA QUE SE REALIZÓ</b>	26 a 30 de abril de 2018

## BALANCE COMERCIAL Y TURÍSTICO DEL 51° FESTIVAL DE LA LEYENDA VALLENATA

El Festival de la Leyenda Vallenata es el principal evento folclórico de la región, motivo por el cual Valledupar, algunos corregimientos y los municipios circunvecinos reciben miles de visitantes de diferentes partes de Colombia, e inclusive, del mundo. Turistas de países como Estados Unidos, Puerto Rico, México, España, Argentina, Ecuador, Brasil, Costa Rica, Venezuela e Inglaterra, fueron encuestados en los distintos eventos, además, visitantes de países como Islandia, Uruguay, Australia, Perú, Suiza, entre otros, arribaron a la ciudad.



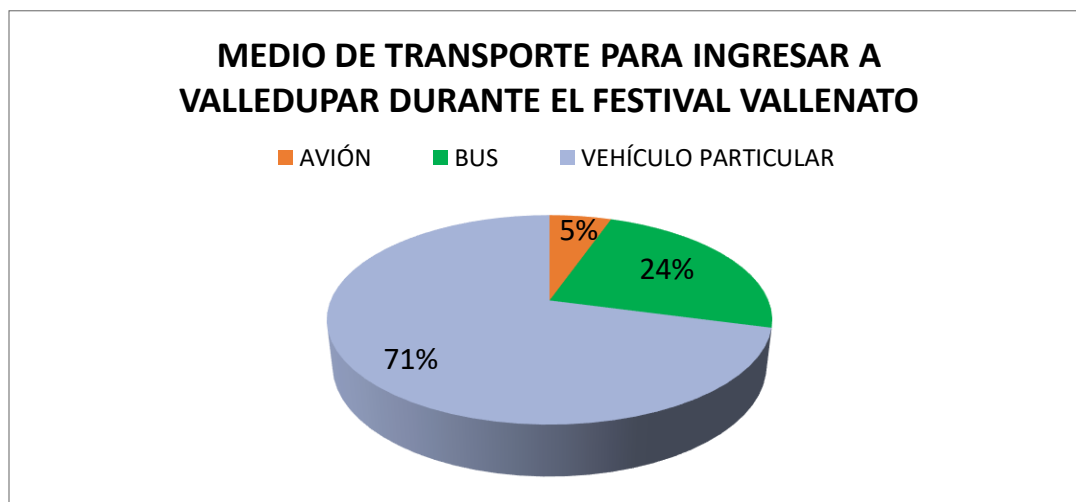
Este año tuvimos muchos visitantes de Bogotá y Antioquia, resaltamos también, algunas comitivas procedentes de Santa Marta, como apoyo al artista homenajeado. Los Santanderes siempre han asistido masivamente al festival, demostrando su gusto por la música vallenata.

## CANTIDAD DE VISITANTES

Los reportes de visitantes del terminal de transportes, del aeropuerto Alfonso López y la policía de tránsito y transporte, evidencian la cantidad de pasajeros que ingresaron a la ciudad de Valledupar en la semana del festival, muestran que alrededor de 145.000 personas llegaron a disfrutar el festival, principalmente, los días viernes y sábado.

Por transporte aéreo ingresaron cerca de 8.000 pasajeros, por transporte terrestre intermunicipal, alrededor de 35.000, en 4.600 buses, y entraron 26.000 vehículos particulares por los peajes de Valencia y Codazzi, con un promedio de 4 pasajeros por vehículo, lo que arroja aproximadamente 104.000 visitantes.

Estas cifras reflejan un flujo de visitantes similar al Festival Vallenato 2017, cuando nos visitaron alrededor de 150.000 personas.



## ASISTENCIA DE LOS VISITANTES AL FESTIVAL

Para fortalecer la promoción y divulgación del festival, es importante conocer la frecuencia de participación y asistencia de los visitantes. Los visitantes encuestados se manifestaron en este sentido, y se observa que el 47% asiste por primera vez al festival, quizás atraídos por el homenaje a Carlos Vives, que llamó la atención del público nacional e internacional.

El 39% ha asistido de 2 a 5 veces, el 9% ha venido de 6 a 10 veces y el 5% lo ha disfrutado más de 10 veces.

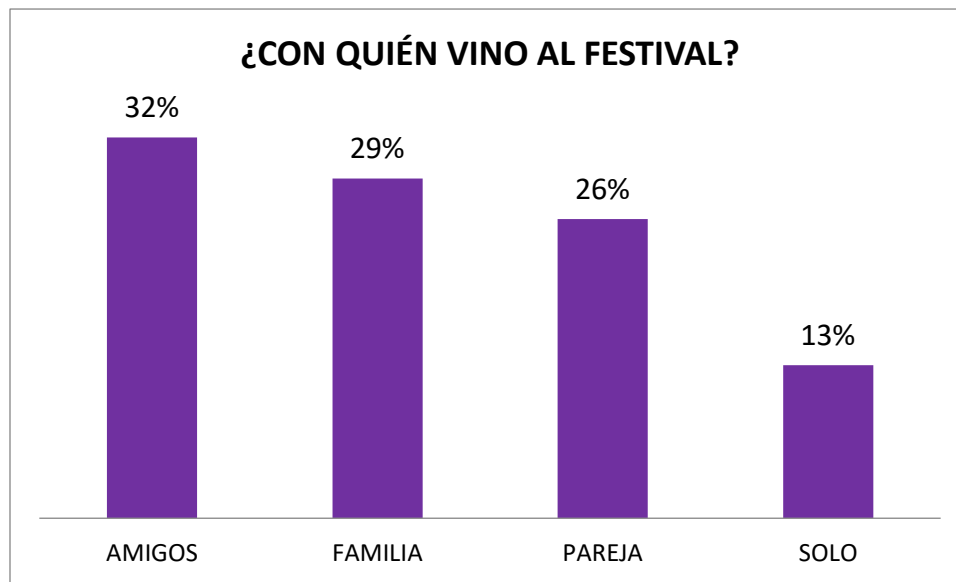


Para la organización Fundación Festival de la Leyenda Vallenata y demás organizadores de eventos, es importante conocer estas cifras, que evidencian la cantidad de personas asistentes a la fiesta y sus principales características.

Por ejemplo, es importante identificar el grupo de viaje de los asistentes, para conocer a quienes atrae el festival y así apuntarle a las estrategias de promoción y atracción de asistentes, ya sean nuevos o asistentes asiduos. En este sentido, se le preguntó a los encuestados sobre el grupo de viaje con quienes ingresaron al festival, encontrando el siguiente resultado:

### GRUPOS DE VIAJE

1 de cada 3 asistentes viene con un grupo de amigos; el 29% viene con su familia. Por lo tanto, identificado este target, se deben dirigir acciones a atraer grupos de viajes de tamaño mediano a grande, es decir, grupos integrados por 3 o más personas.



### PRINCIPAL MOTIVO PARA ASISTIR AL FESTIVAL

Cada versión del Festival Vallenato tiene su particularidad, ya sea en los artistas internacionales que se presentan en los distintos eventos o el personaje homenajeado. Estas particularidades buscan incentivar la asistencia de más visitantes, y posicionar al vallenato en la preferencia del público, y así lo evidencian las respuestas de los encuestados al preguntarles por su principal motivo para venir este año al festival.

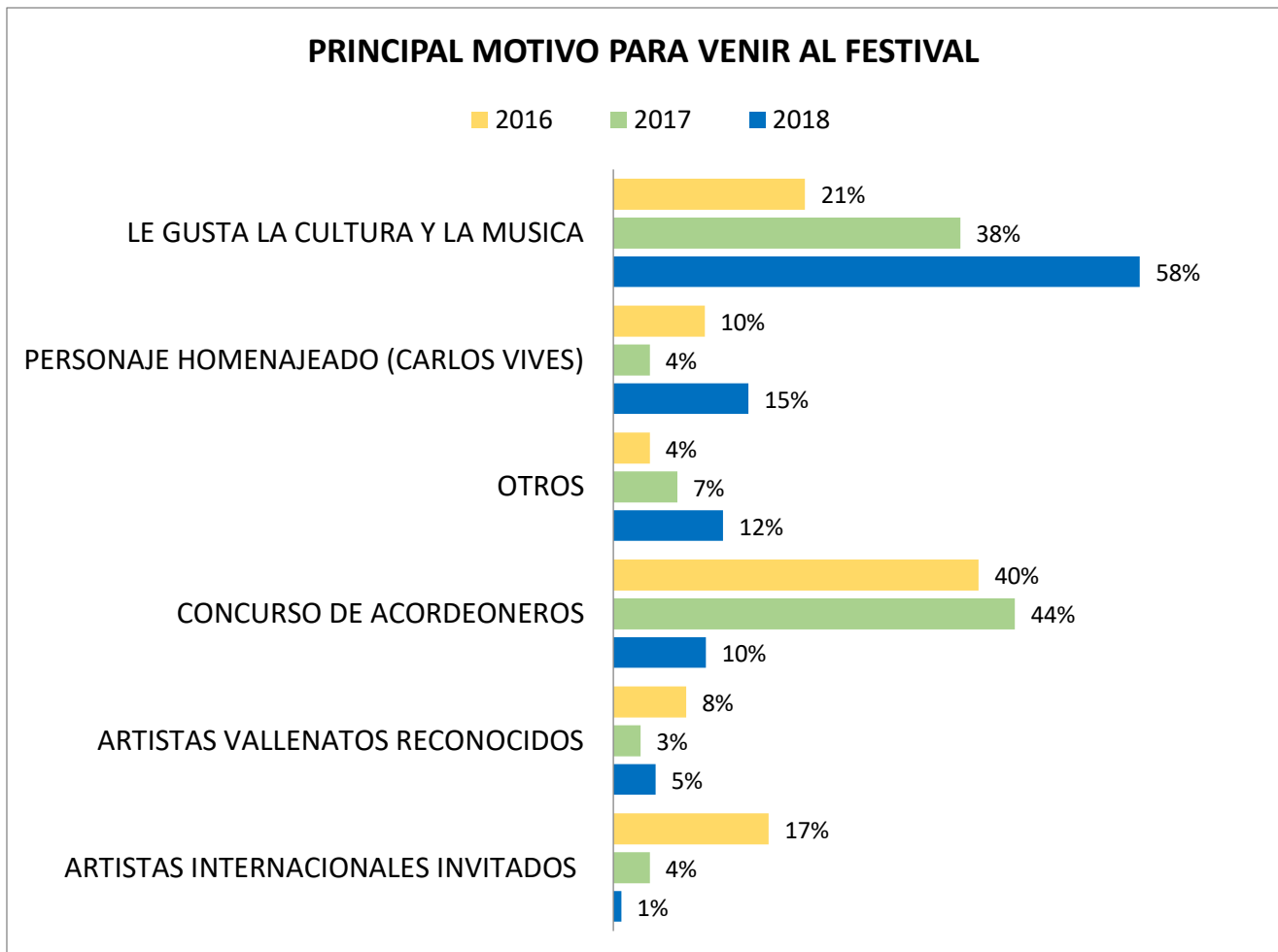
La principal razón fue el gusto por la cultura y la música vallenata, con el 58%. En las 2 versiones anteriores, este fue el motivo para que viniera el 38% (2017) y el 21% (2016), lo que muestra un crecimiento de este motivo para atraer cada vez más visitantes.

El personaje homenajeado, Carlos Vives, en esta versión, fue el motivo para que el 15% decidiera venir, 11 puntos porcentuales más que el año pasado, cuando se celebraron 50 años de fundación del festival y los homenajeados fueron sus 3 principales creadores. Asimismo, 5 puntos por encima del 10%, cuando los homenajeados fueron los hermanos Zuleta.



El concurso de acordeoneros representó el 10% en esta versión, mientras que el año pasado (Rey de Reyes) representó el 44%, evidencia de que este concurso donde se disputan la corona todos los ganadores históricos de la categoría profesional, es un atractivo importante para persuadir visitantes.

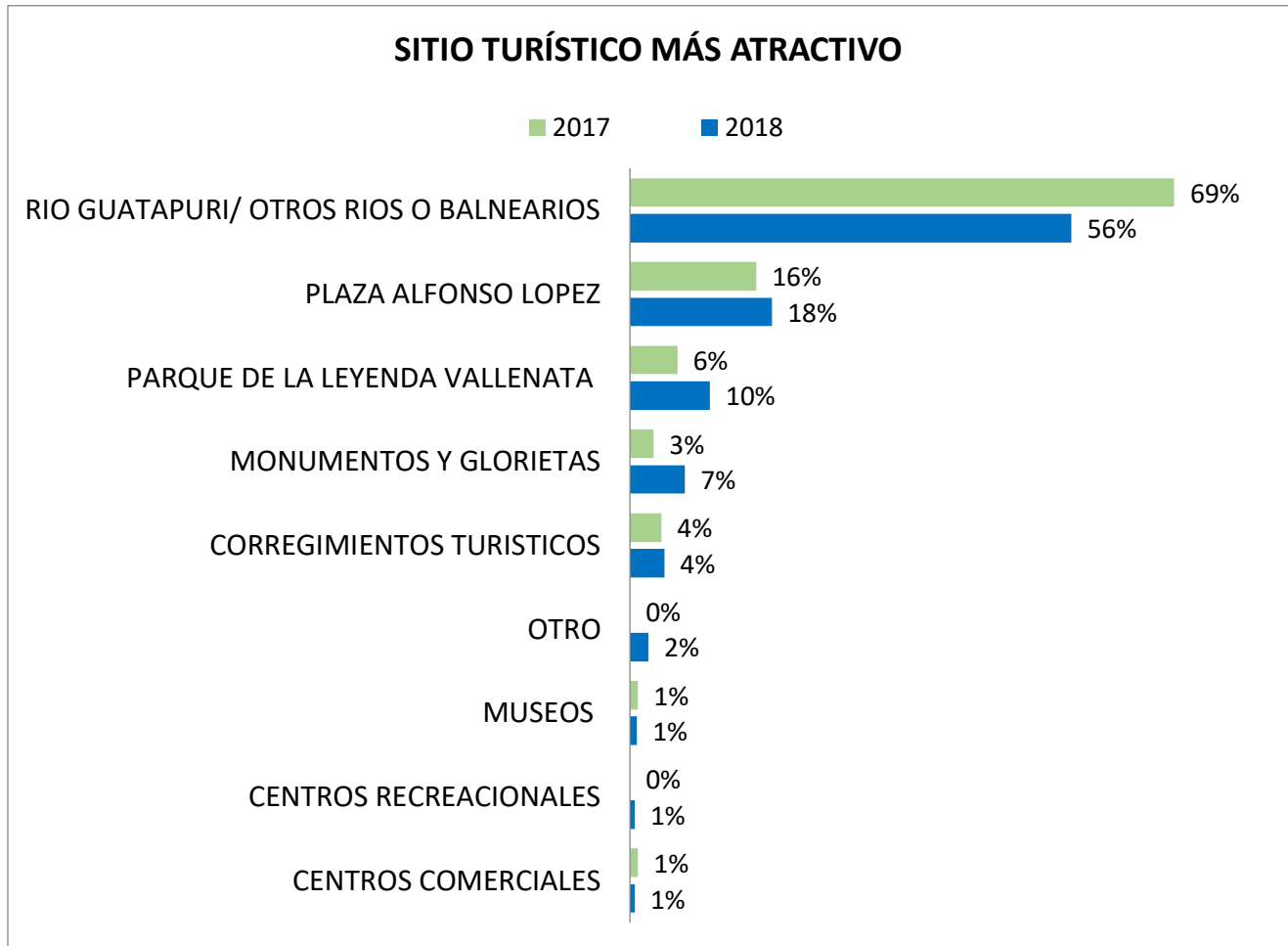
Por último, año tras año, las encuestas demuestran que los visitantes no vienen al Festival Vallenato, con el motivo principal, de ver a los grandes artistas internacionales; los visitantes tienen otros motivos para disfrutar de nuestra fiesta.



Entre otros motivos para asistir al festival, se encuentran: acompañar a acordeoneros concursantes, ir a parrandas típicas, eventos empresariales o trabajo.

## SITIO TURÍSTICO MÁS ATRACTIVO

El principal atractivo turístico de Valledupar, para el 56% de los encuestados en el marco del festival 2018, fue el río Guatapurí, seguido por la plaza Alfonso López (18%), donde se realiza el concurso de acordeonero profesional.



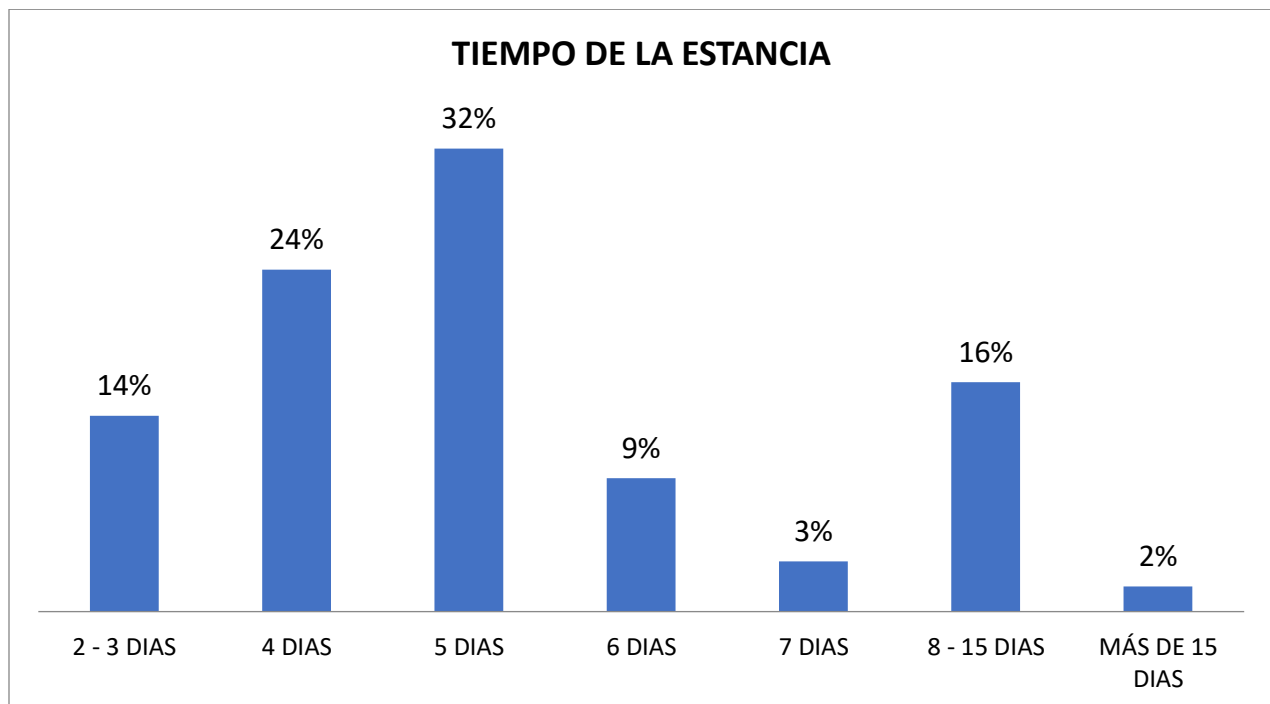
Meses antes de la celebración del 51° Festival Vallenato, Carlos Vives participó en eventos promocionales en Valledupar y al visitar el río Guatapurí, visualizó la evidente problemática de basuras que afecta la vida y permanencia de este, lo cual se genera por la poca cultura ciudadana que tienen los visitantes locales y vendedores, ubicados en el balneario Hurtado, que no hacen buen uso del río, arrojando las basuras en cualquier lugar, ya sea en la orilla o en las aguas.

Producto de esto, para concientizar a la ciudadanía sobre el cuidado de nuestro río, la alcaldía tomó medidas que lleven al sano uso de este, prohibiendo la venta de bebidas embriagantes a todos los vendedores del río, y asimismo, la prohibición de ventas de cualquier producto, a partir de las 6 de la tarde; medida impuesta, a la fecha. Estas medidas, para mal o bien, mejoran el aspecto del río y sensibilizan a la ciudadanía para cuidar el río, que provee de agua a Valledupar.

### TIEMPO DE LA ESTANCIA

El festival vallenato tiene una duración de 5 días, empezando el 26 de abril, finalizando el 30, pero muchos de los visitantes, no solo disfrutaron de la ciudad en ese lapso, sino que aprovechan para permanecer más días y conocer más de la región.

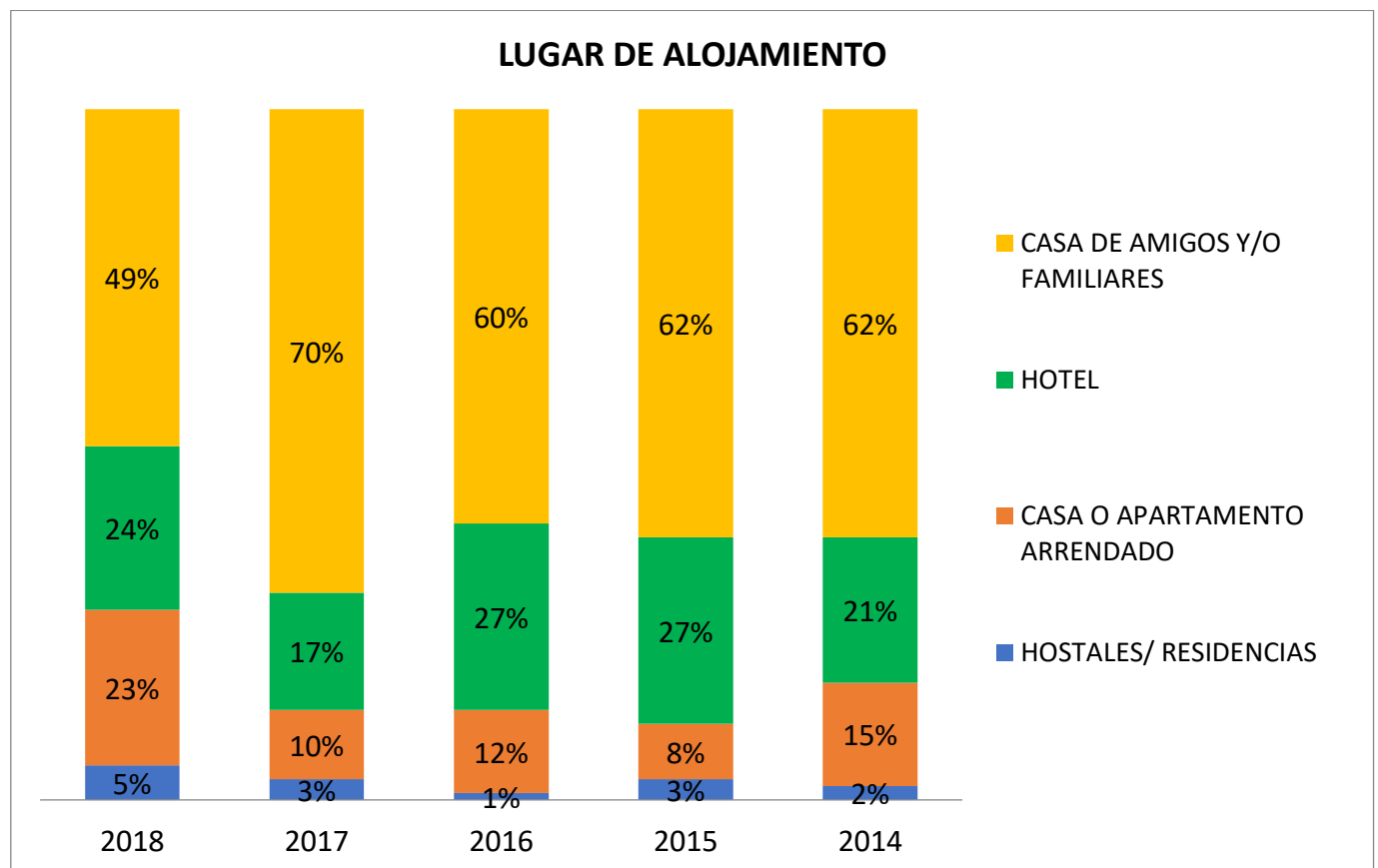
El 30% de los encuestados permanece más de los 5 días oficiales del festival, distribuidos así: el 9% permaneció 6 días, el 3% permaneció 7 días, el 16% disfrutó de la ciudad entre 8 a 15 días y el 2% tenía planeado estar en Valledupar más de 15 días.



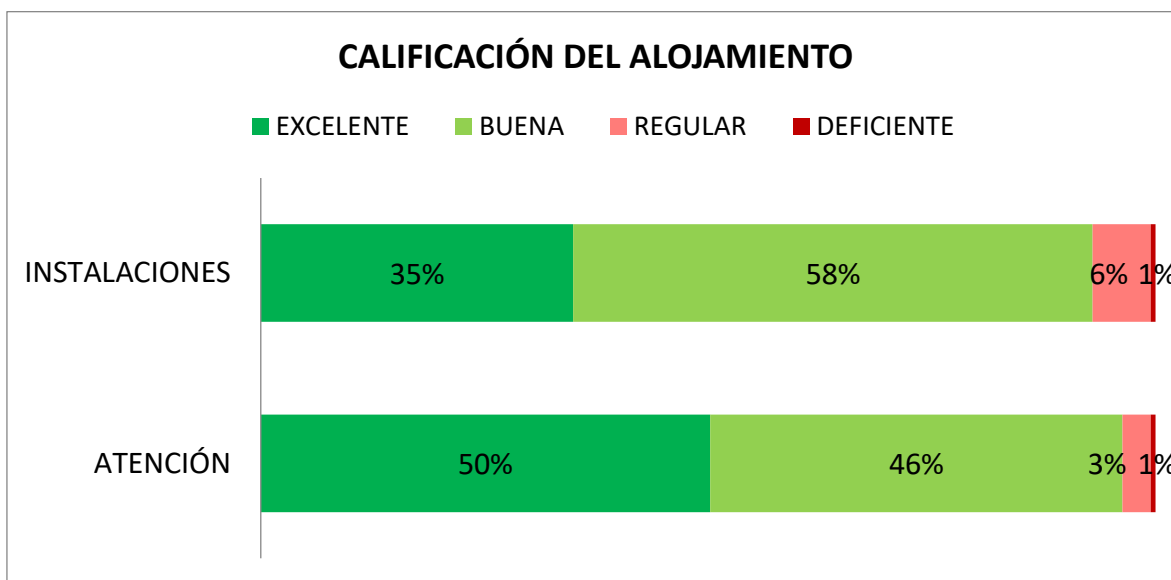
## LUGAR DE HOSPEDAJE

Como se mencionó anteriormente, en la última semana del mes de abril, a Valledupar ingresan entre 140.000 y 150.000 visitantes, lo que hace que los establecimientos de alojamiento de la ciudad tengan la oportunidad de una ocupación del 100% con un aumento significativo del valor de las habitaciones, convirtiéndola en una de las actividades económicas con mayores utilidades durante el festival.

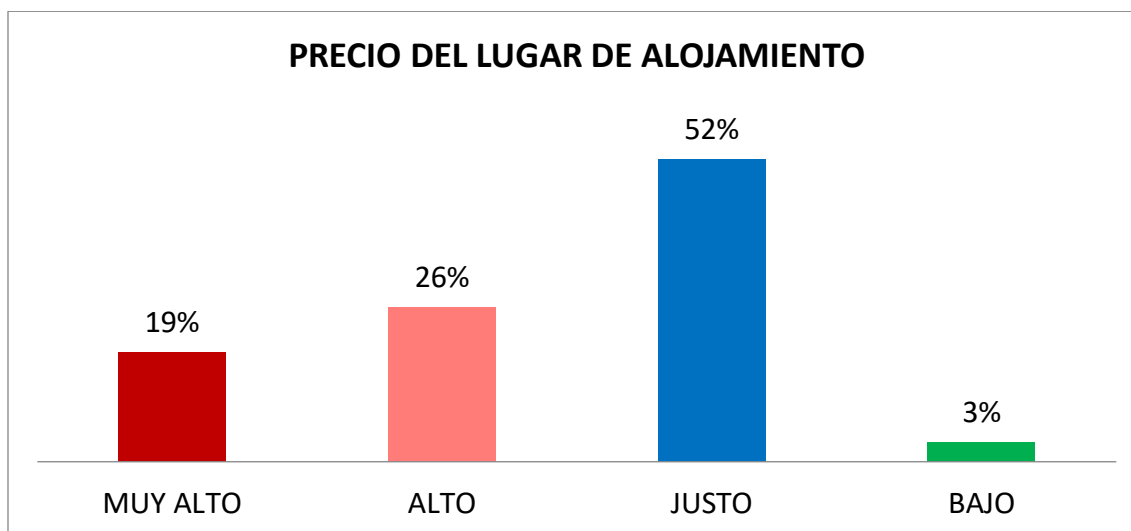
Según los visitantes encuestados, el 49% se hospeda en casa de amigos o familiares, porcentaje que disminuyó con respecto a los años anteriores, dándole espacio al arriendo de casas o apartamentos, actividad desarrollada generalmente de forma ilegal (parahotelería), en las que se hospedó el 23% de los visitantes encuestados, aumentando 13 puntos con respecto al año anterior. El 24% se alojó en hoteles, cifra 7 puntos porcentuales mayor que en el 2017.



Para obtener herramientas que orienten acciones al mejoramiento continuo de los servicios y productos ofrecidos a los visitantes, los encuestados dieron su calificación al sitio de alojamiento, en cuanto a la atención y las instalaciones. Estos se observan a continuación:



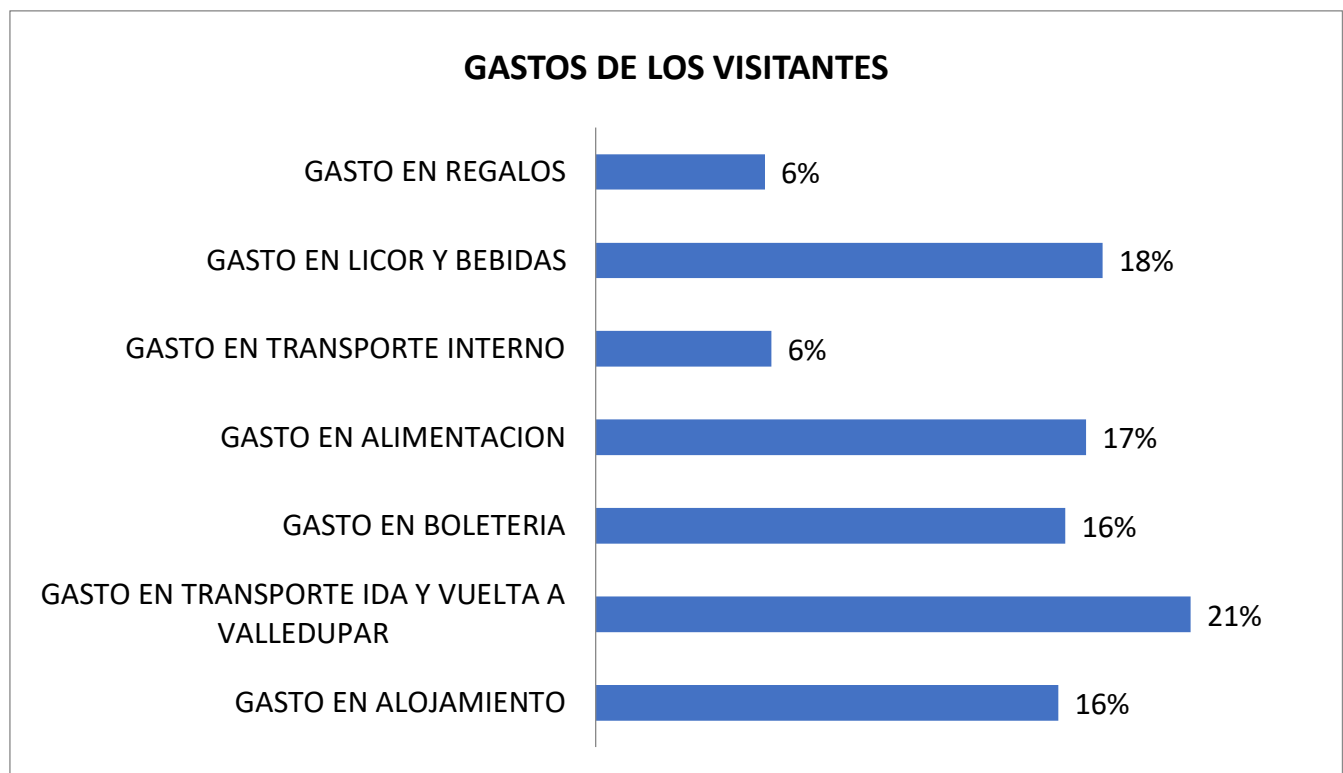
Asimismo, los encuestados dieron su opinión sobre el precio del alojamiento. Este es un tema a tener en cuenta, así como a los precios en general, de bienes y servicios, ofrecidos a los turistas, ya que una mala experiencia en este sentido puede ocasionar que ese visitante no vuelva o no recomiende el destino. Por esto, no hay que abusar con los precios que se ofrecen.



## GASTOS PARA ASISTIR AL FESTIVAL

Para medir el impacto económico que el Festival de la Leyenda Vallenata tiene en Valledupar y la región, es necesario conocer el promedio de gasto de los asistentes al evento y con esta información hacer proyecciones y estimaciones.

Basado en las respuestas de los visitantes encuestados, el promedio de gasto por persona en festival, es de \$1.490.000. El mayor gasto se tiene en el transporte de ida y vuelta a Valledupar, con el 21% del total del gasto. Le sigue, el gasto en licor y bebidas, con el 18%, seguido muy de cerca del gasto en alimentación, alojamiento y boletería, con el 17%, 16% y 16%, respectivamente.



Este es un estimativo del gasto en promedio por persona, considerando que hay visitantes que tienen unos gastos mucho más importantes, llegando a pagar habitaciones, por ejemplo, de \$ 1.000.000 - \$ 1.500.000, incrementando su costo hasta en 500%.

De igual manera, es la dinámica del gasto en el transporte, que en el caso del transporte aéreo, puede llegar a costar alrededor de \$ 2.000.000.

Estos gastos hacen que la visita a Valledupar en época de festival, no sea accesible para todo tipo de público, ya que, aunque cualquier visitante puede disfrutar del festival asistiendo a la Plaza Alfonso López, sin tener mayores gastos, al querer asistir a un evento o concierto privado, se encuentra con los costos exorbitantes que tienen por ejemplo, el licor para consumir dentro de los establecimientos, que exceden el costo regular en más del 100%.

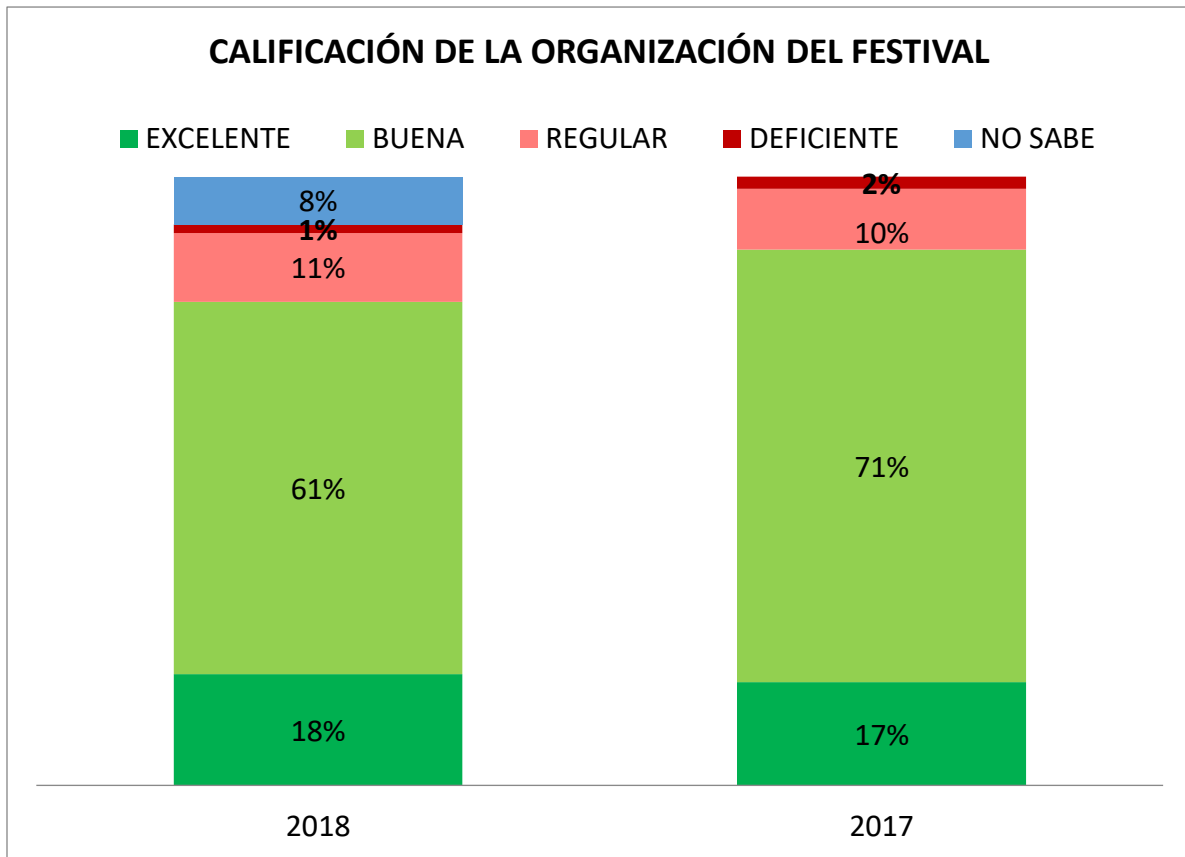
## ORGANIZACIÓN DEL FESTIVAL

Conocer la percepción del turista o visitante es primordial para tomar decisiones que mejoren la organización, en futuras ediciones, de nuestro Festival Vallenato.

Cada año se realizan más conciertos que en la versión anterior, ya que los empresarios ven el potencial de visitantes que convoca el festival. Estos shows musicales cuentan con grandes inversiones en logística, organización y mercadeo, que se ve reflejado en el espectáculo brindado al público, sobre todo los conciertos que brinda la Fundación Festival de la Leyenda Vallenata, organizadores oficiales del festival, quien trae a Valledupar a los artistas latinos más reconocidos en el mundo.

No obstante, en los últimos años se ha presentado inconvenientes en la sobreventa de boletería, toda vez que el público puede quedar por fuera del concierto, aun con su boleta en la mano, encontrando que el Parque de la Leyenda Vallenata tiene ocupación total. Esta problemática debe evitarse, eliminando la sobreventa de boletería.

Los visitantes dieron su concepto sobre la organización del festival en términos generales y el 79% quedó satisfecho, ya que el 18% cree que hubo una organización excelente y el 61% considera que fue buena. Esta calificación disminuyó 9 puntos porcentuales respecto a la calificación de los visitantes en el 2017, cuando otorgaban 88% de aprobación.



Por otra parte, hay que resaltar la organización que se presentó en la Plaza Alfonso López, donde se realiza el concurso de acordeonero profesional (en el cual se coronó al boyacense Julián Mojica), en gran medida por la supervisión y vigilancia en el uso del espacio público por parte de los vendedores ambulantes y estacionarios. El año anterior, fue un verdadero caos, la invasión del espacio público impedía la circulación normal de los asistentes y obstaculizaba la vista de la tarima, impidiendo ver y escuchar debidamente a los concursantes. En esta versión se corrigió este inconveniente, lo que brindó una buena experiencia a los visitantes.

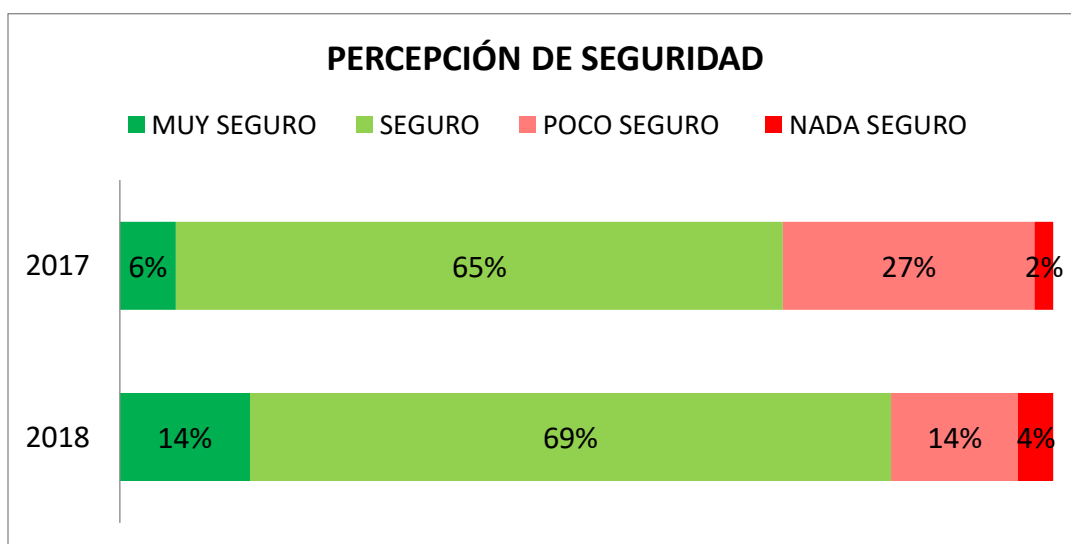


## PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD

Para mantener el orden en el Festival Vallenato, se toman medidas en todos los niveles para que la fuerza pública mantenga la seguridad de todos los asistentes. La versión 51° contó con 1.200 policías de apoyo, para atender los eventos. De estos, 746 son patrulleros/agentes, 393 son del nivel ejecutivo y 61 son oficiales. El mantenimiento de la seguridad, tuvo un costo de \$ 893.000.000, destinados a la alimentación, hospedaje, transporte, refrigerios y logística de todo el personal de policía. Los gastos fueron realizados por la Gobernación del Cesar y la Alcaldía de Valledupar.

Estas medidas garantizaron el éxito del festival en materia de seguridad, ya que según el balance hecho por la policía, se disminuyó en 75% las lesiones personales, en 67% el hurto a residencias, el hurto a comercio se redujo en 60%, el hurto a vehículos disminuyó en 50% y el hurto a personas disminuyó en 30%, logrando que la reducción de los hechos delictivos que afectan a la ciudadanía, en comparación con el Festival Vallenato 2017, se redujera en 50%.

Además, esto se refleja en las encuestas hechas a visitantes, en las que el 83% se sintió seguro en Valledupar, cifra que aumentó 12 puntos frente al 71% que afirmó sentirse seguro durante el evento del 2017; es decir, los visitantes se sintieron protegidos y a salvo.



Algunos de los visitantes que fueron encuestados expresaron que su motivo para sentirse inseguros fue el hurto a personas, principalmente, en las filas para entrar a eventos, el hurto a establecimientos o el hurto a sus vehículos.

Es necesario que el mismo visitante sea más cuidadoso con sus pertenencias, y no contar solo con el cuidado de la policía, que, asimismo, debe reforzar la seguridad en estos aspectos denunciados. Además, muchos se quejaron de la prevención que tenía el residente de la ciudad, que advertía con demasiada insistencia sobre la inseguridad en Valledupar.

### EXPERIENCIA TURÍSTICA EN EL FESTIVAL

Los turistas se sintieron deleitados en el 51° Festival Vallenato, a tal punto, que el 98% de los encuestados recomendaría a amigos y familiares que visiten Valledupar y conozcan la festividad que exalta al folclor vallenato. Asimismo, el 89% vendría a Valledupar en época distinta al festival (finales de abril) y así poder conocer todo lo que ofrece esta ciudad.



Estos resultados demuestran que la fiesta, la ciudad y su gente son acogedoras, atentas, serviciales. Citando la frase de un ilustre y asiduo visitante del Festival Vallenato: “los paisas nos preocupamos por atender bien a los visitantes... pero los vallenatos se desviven por atendernos bien.”

## VENEDORES AMBULANTES Y ESTACIONARIOS

El Festival de la Leyenda Vallenata es el evento turístico más importante en Valledupar y el Cesar. De igual manera en materia comercial, ya que esos turistas que visitan la ciudad en los 5 días de festival, realizan un gasto promedio de \$ 1.490.000 de los cuales, gran parte ingresa a la economía local.

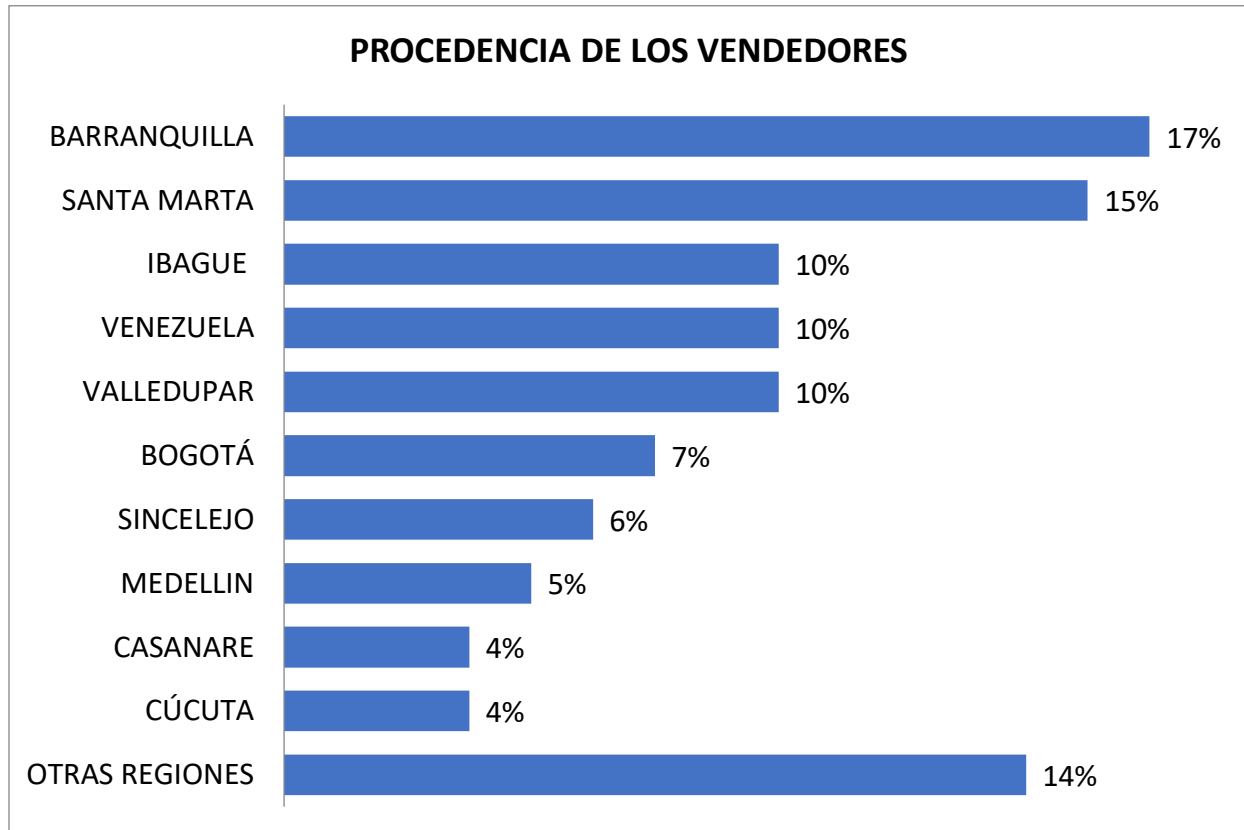
La fiesta no solo es atractiva para visitantes. Lo es también para vendedores ambulantes y estacionarios de otras regiones del país, que ven en el festival una oportunidad importante para tener ingresos. En este sentido, se realizó encuestas a este tipo de comerciantes, en los principales sitios de eventos.

El 76% de los vendedores desarrolla esta actividad, en festival, de forma estacionaria, mientras que el 24% lo hace como ambulante.



## PROCEDENCIA DE LOS VENDEDORES

Solo el 10% de los vendedores encuestados son de Valledupar; el resto proviene de otras regiones del país como el Atlántico (17%), Magdalena (15%), incluso vendedores de Venezuela (10%).



Esto refleja la importancia que tiene el Festival Vallenato en otras regiones, que hace que personas de otras partes del país tengan intereses comerciales en este. Aun así, es preocupante, ya que esos ingresos que perciben estas personas se van con ellos a sus regiones de procedencia, es decir, son dineros que no permanecen en la ciudad.

Es normal ver todos los años entrar y salir vehículos de Valledupar cargados con sillas, neveras de icopor, mesas, provenientes de otros municipios, evidencia de la gran cantidad de vendedores que llegan y salen, luego de 5 días de lucro.

## NÚMERO DE FESTIVALES DESARROLLANDO LA ACTIVIDAD

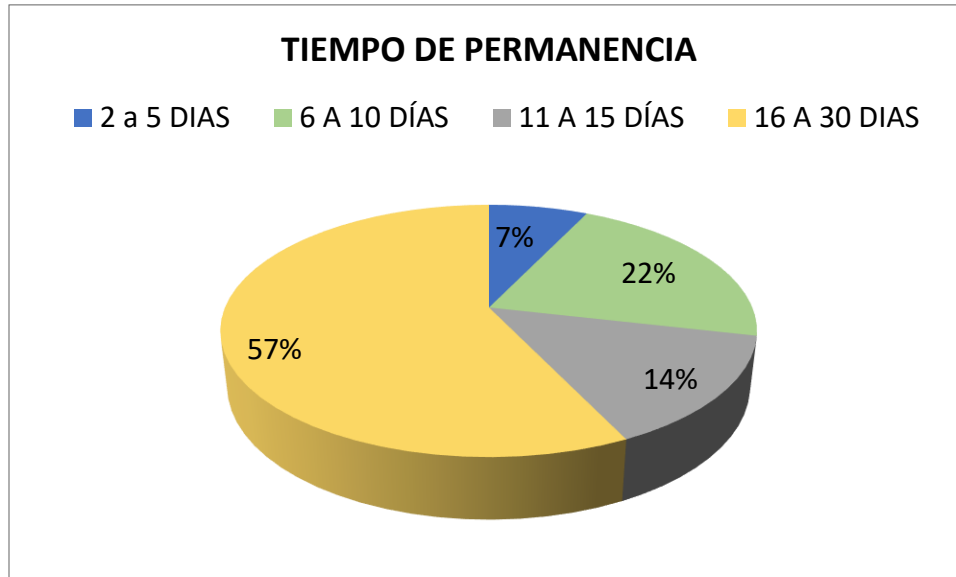
Esta importancia que tiene el festival también se refleja en el número de veces en que los vendedores han venido a desarrollar esta actividad.

El 29% de los vendedores encuestados ha venido al festival solo 1 vez, lo que refleja que cada año atrae tanto a nuevos turistas, como a nuevos vendedores. El 23%, por el contrario, ha venido al festival a vender en más de 10 ocasiones.



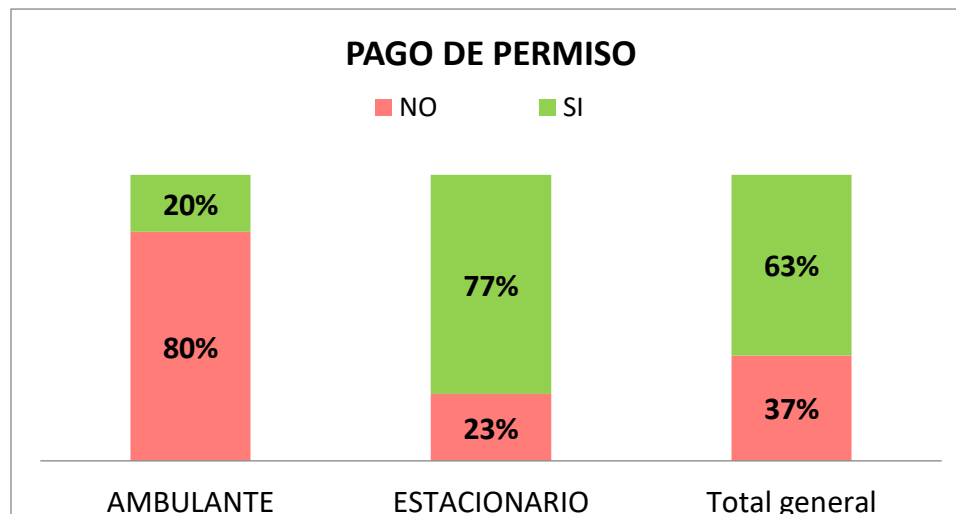
## PERMANENCIA EN LA CIUDAD

Estos vendedores ambulantes y estacionarios permanecen en la ciudad entre 15 y 30 días. El 57% afirmó que ese es el tiempo estimado que pensaban permanecer en Valledupar. Gran parte de ese porcentaje lo representa los vendedores estacionarios ubicados en las ferias artesanales. El 14% permaneció de 11 a 14 días, el 22% entre 6 y 10 días y solo el 7% desarrolló sus ventas en los 5 días, que dura el festival. Es decir, el 93% aprovecha su estancia en la ciudad para vender toda la mercancía que trae, además, justifican el pago que realizan en cuanto al impuesto de industria y comercio.



## PAGO DE PERMISOS

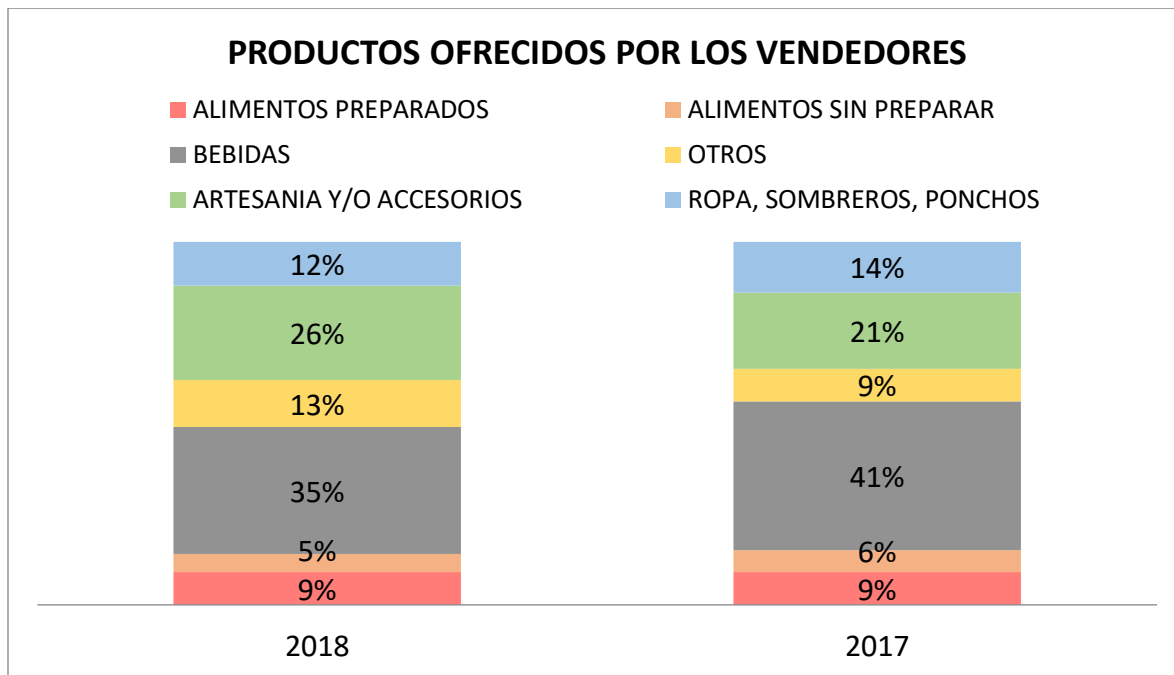
Los vendedores que participan en el festival son proclives al no pago de los debidos permisos que se exigen para ejercer. Los vendedores estacionarios son más conscientes del pago de permisos que los vendedores ambulantes. Las cifras demuestran esto, presentándose que el 77% afirma que pagó por el permiso para usar el espacio público, en cambio, solo el 20% de los vendedores ambulantes hizo el respectivo pago. En términos generales, el 63% paga por el permiso.



## PRODUCTOS VENDIDOS

Las ventas ambulantes y estacionarias en el marco del Festival de la Leyenda Vallenata buscan satisfacer las necesidades de los visitantes y residentes asistentes a los eventos culturales, folclóricos y espectáculos musicales.

La encuesta fue realizada a los vendedores encontrados en la Plaza Alfonso López mientras se desarrollaba el concurso de acordeoneros profesionales, en los alrededores, y en la feria ubicada diagonal al éxito de Las Flórez (Monumento Maria Mulata). Estos vendieron productos como bebidas y artesanías, principalmente.

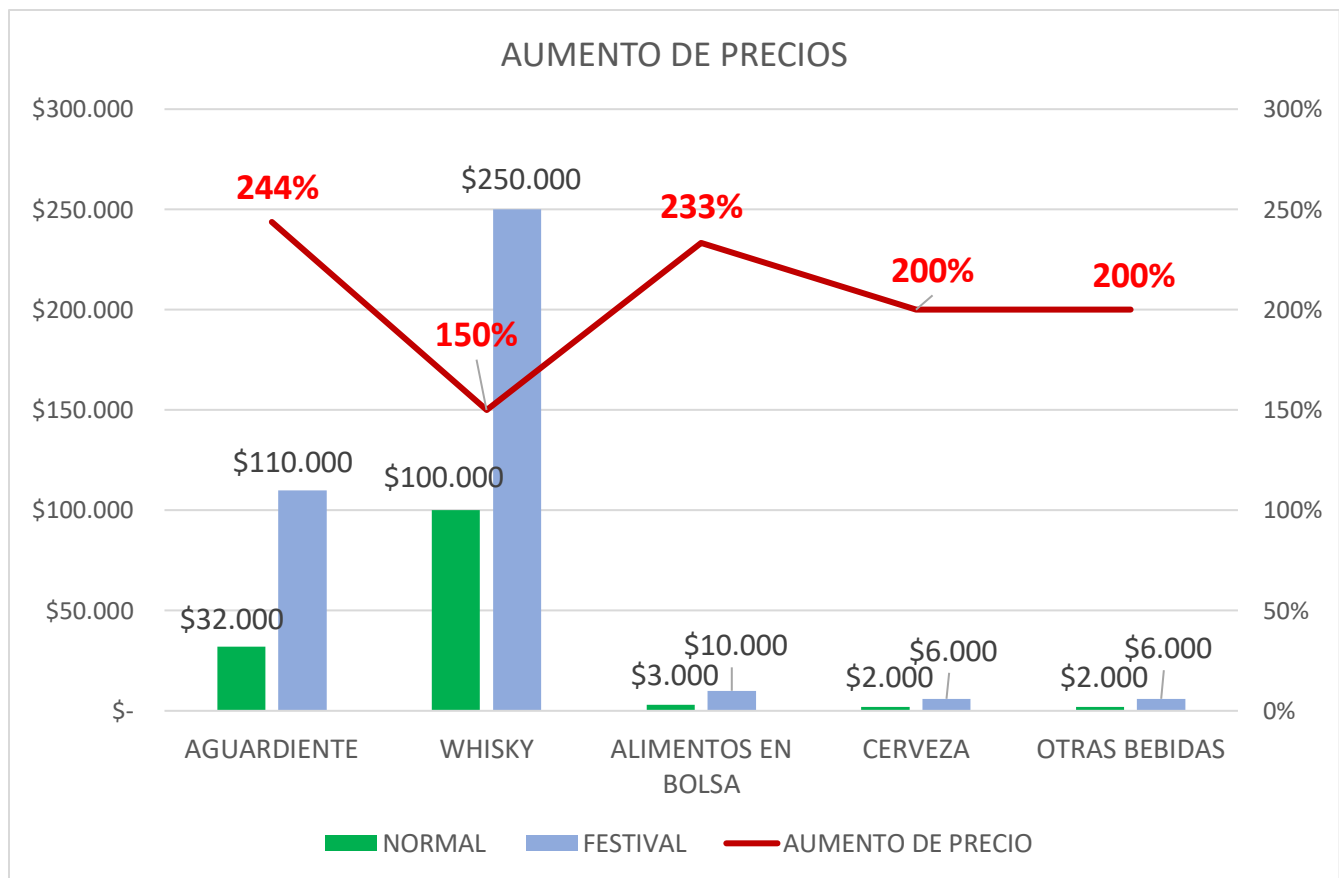


La mayor parte de estos productos son comprados en otras regiones del país o son traídos por los vendedores de sus lugares de origen, ya sea porque son productos autóctonos de cada región como los ponchos, sombreros, artesanías, etc., o porque en esas regiones consiguen mejores precios, esta situación agudiza la polémica de que, no se hace la inversión en Valledupar, y aunque el Festival Vallenato mueve sumas muy importantes de dinero, gran parte de este no impacta la economía local.

## PRECIOS DE PRODUCTOS VENDIDOS

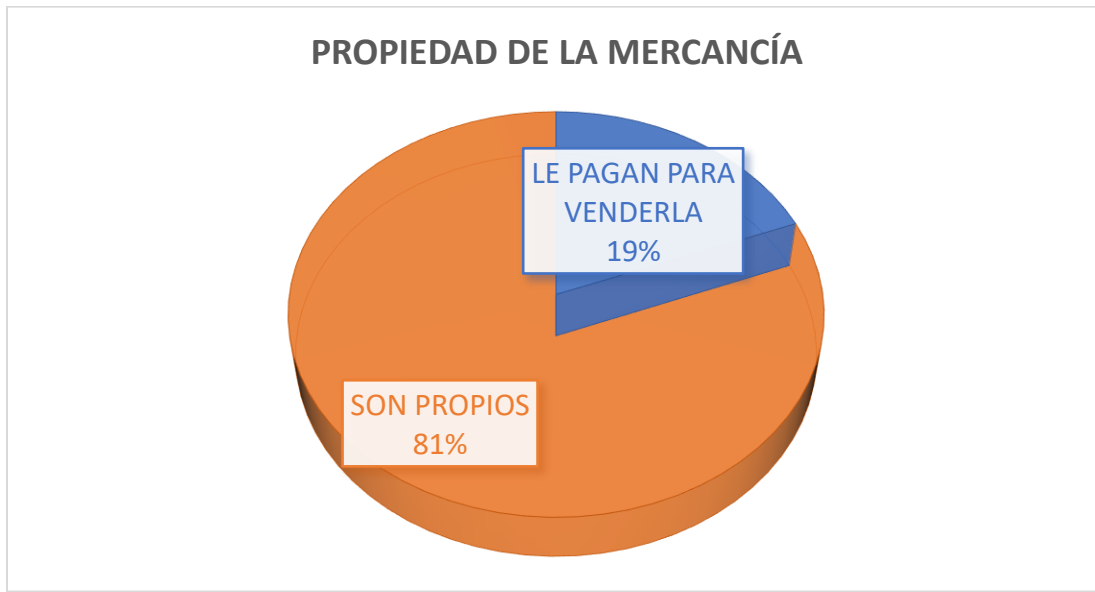
Estos eventos y espectáculos que atraen a visitantes, generalmente, se prestan para que los vendedores aumenten los precios de sus productos o servicios ofrecidos. En esta oportunidad, los vendedores ambulantes y estacionarios de eventos abiertos al público, no aumentaron significativamente los precios, por que la misma competencia no permite esto, obligándolos a mantener los precios para que los compradores los prefieran.

Caso distinto es la dinámica de precios en espectáculos y eventos pagos. Por ejemplo, en el Parque de la Leyenda Vallenata, el precio de las bebidas alcohólicas como el aguardiente aumentó 244% y el whisky, 150%, respecto a los precios regulares de aproximadamente \$ 30.000 y \$ 100.000, respectivamente, llegando a costar hasta \$ 110.000 y \$ 250.000.





Por último, de los vendedores ambulantes y estacionarios encuestados, el 81% afirma que la mercancía que ofrece es propia. En cambio, el 19% tiene que responderle por las ganancias al dueño de la mercancía.



Esta versión del Festival Vallenato en homenaje a Carlos Vives, trajo consigo mucha promoción para la fiesta y la ciudad. Producto de esto, el festival fue atractivo para que importantes empresas realizaran inversiones, como el caso del establecimiento de comidas Andrés Carne de Res, que se ubicó en la principal zona de bares y restaurantes de Valledupar, ofreciéndole a los vallenatos y turistas vivir la experiencia del restaurante; y Gaira Café, situado en la histórica plaza Alfonso López, donde se ofrecieron alimentos y bebidas a los asistentes de los concursos realizados allí.

La presencia de estos restaurantes en la ciudad, hace que el festival ofrezca servicios y productos de mejor calidad, satisfaciendo a propios y visitantes, e invitando a los negocios locales a mejorar su calidad.



## Balance Comercial y Turístico del 51° Festival de la Leyenda Vallenata

Abril de 2018

[www.ccvallidupar.org.co](http://www.ccvallidupar.org.co)

Cámara de Comercio de Valledupar

Observatorio Socioeconómico

[observatorioeconomico@ccvallidupar.org.co](mailto:observatorioeconomico@ccvallidupar.org.co)



OBSERVATORIO SOCIOECONÓMICO  
CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR