

BALANCE

COMERCIAL Y TURÍSTICO



47° VERSIÓN DEL FESTIVAL DE LA LEYENDA VALLENATA



**CÁMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



**OBSERVATORIO ECONÓMICO
CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR**

José Luis Urón Márquez
Presidente Ejecutivo

Edgar Rincón Castilla
Secretario Administrativo

Diana Medina Ramírez
Directora Observatorio Económico

Corrección de estilo :
Stella Durán Escalona
Asesora de Presidencia

Supervisores

Geiner Acuña
Jaqueline Arciniegas
Maria Angélica Daza
José Fuentes

Encuestadores

Candy Duran
Deamith Pacheco
Dora Barrera Casteñeda
Gretis Solano
Iris Quintero
Iris Restrepo
Jennifer Cujia Morales
Johanna Cuello
Karen Murgas
Loraine Gomez
Lorena P. De Avila
Maria Angelica Arias
Maria Castillo
Shirly Tenorio
Singy Paola Gallo
Yeimis Vasquez
Yurainys Tenorio

Digitadores

Ana María Guzmán
Sonia Castro Martínez
Luis Alberto Chavez Figueroa

Diseño

Andrea Carolina Herrera



INTRODUCCIÓN

El Festival de la Leyenda Vallenata es el acontecimiento folclórico más importante de la región, anualmente reúne a grandes expositores del género para rendir tributo a la música y a la idiosincrasia vallenata y cada vez adquiere más renombre llevando así el folclor tanto a nivel nacional como internacional.

Para la Cámara de Comercio de Valledupar es de gran importancia tomarle el pulso a esta actividad, y poner a disposición de los líderes políticos, económicos, estudiantes y ciudadanía en general, información fehaciente y oportuna que favorezca la toma de decisiones y la identificación de las debilidades y oportunidades que puede tener esta festividad.

En desarrollo de este objetivo, La Cámara de Comercio de Valledupar realizó más de 12,000 encuestas en el marco de la realización de la 47ª versión

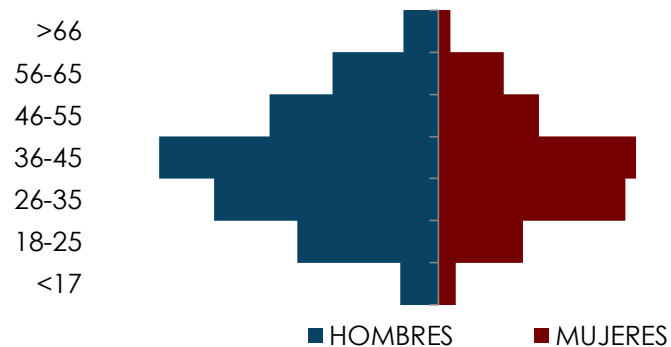
del festival, dirigidas a vendedores ambulantes y estacionarios y al público en general, presente en la ciudad, como producto de una labor investigativa llevada a cabo durante los seis días del festival (lunes 28 de abril a sábado 3 de mayo) en los diversos puntos estratégicos de la zona urbana del municipio de Valledupar.

Teniendo en cuenta el gran impacto que conlleva la celebración de las diferentes versiones del Festival de la Leyenda Vallenata para la ciudad, la primera parte del presente escrito, se centrará en la caracterización de los vendedores ambulantes y estacionarios que basan sus actividades comerciales en la dinámica económica que se genera en torno al festival, para luego analizar la opinión de la ciudadanía en general, que estuvo presente en la ciudad durante la realización de esta festividad.



DINÁMICA COMERCIAL

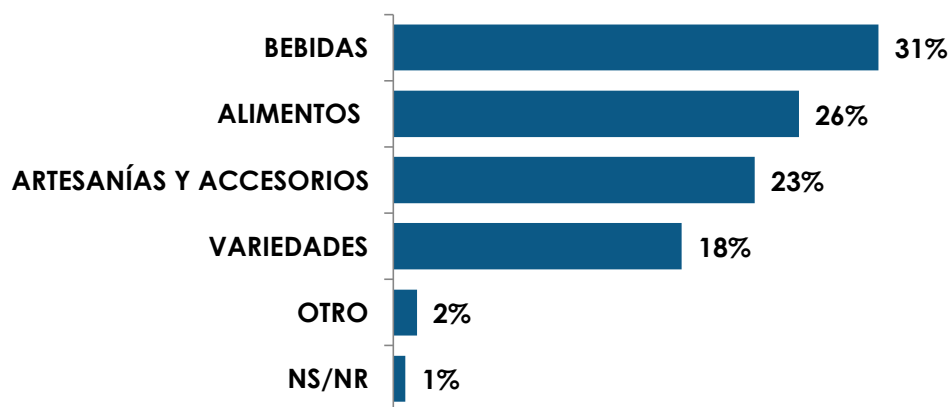
El trabajo realizado en campo arrojó una muestra de 2.181 vendedores ambulantes y estacionarios que realizaron sus actividades en el marco de la 47ª versión del Festival de la Leyenda Vallenata. La distribución por género demuestra una tendencia de los hombres hacia este tipo de trabajos, 6 de cada 10 de estos vendedores eran hombres, la misma distribución que tuvo lugar en 2013. La participación de menores de edad, por su parte, se redujo en un punto porcentual al situarse en el 3% frente al 4% obtenido en el año anterior.



Las bebidas se ubican por segundo año consecutivo como el principal producto que se comercializa durante el festival. 3 de cada 10 vendedores distribuyeron este tipo de productos, seguido de los alimentos preparados y no preparados. Pese a que es muy común que las ventas de este tipo de productos se incrementen durante las fiestas debido a su alta demanda, es importante considerar el bajo valor agregado que representan, en su conjunto, el 57% del comercio del festival gira en torno a productos que dejan muy bajos

El 57% del comercio de festival gira en torno a productos con bajo valor agregado. Solo el 23% del mercado está dedicado a productos típicos que son en su mayoría explotados por foráneos

márgenes de ganancia, mientras que solo el 23% está encaminado a satisfacer la demanda de productos culturales que deben ser el mayor atractivo en este tipo de festividades típicas, además, el 67% de los comerciantes que se dedican a vender este tipo de mercancías no residen habitualmente en la ciudad, situación que implica que los productos artesanales vendidos no pertenecen a la cultura vallenata o que están siendo explotados por personas extrañas a la zona.



Productos ofrecidos

Durante la realización de eventos masivos de la envergadura del Festival de la Leyenda Vallenata, es frecuente que personas inescrupulosas se aprovechen de la ingenuidad de vendedores desinformados y les cobren dinero por la realización de su actividad

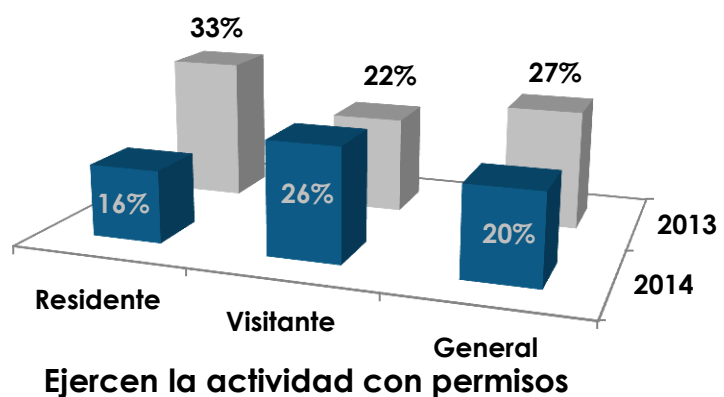
El 23% de los permisos solicitados por los vendedores son tramitados ante personas o entidades no competentes. Solo 2 de cada 10 vendedores tienen permiso formal para ejercer su actividad.

mercantil, aun cuando no están avalados para hacerlo, es importante que tengan en cuenta que el único ente encargado de expedir este tipo de licencias es la Alcaldía Municipal, debido a que se estaría usufructuando el espacio público. Ninguna otra entidad, incluyendo a las Cámaras de Comercio puede hacerlo, por lo que ningún funcionario de la Cámara de Comercio de Valledupar está autorizado para realizar este tipo de recaudos, sin

embargo, el 0.5% de los vendedores manifestó haber tramitado el permiso ante ésta, frente a esto, la entidad hace énfasis en que aquellas personas que recaudaron este pago en nombre de la institución no son funcionarios de la misma y que configura un delito de estafa, que debe ser denunciado ante las autoridades competentes.

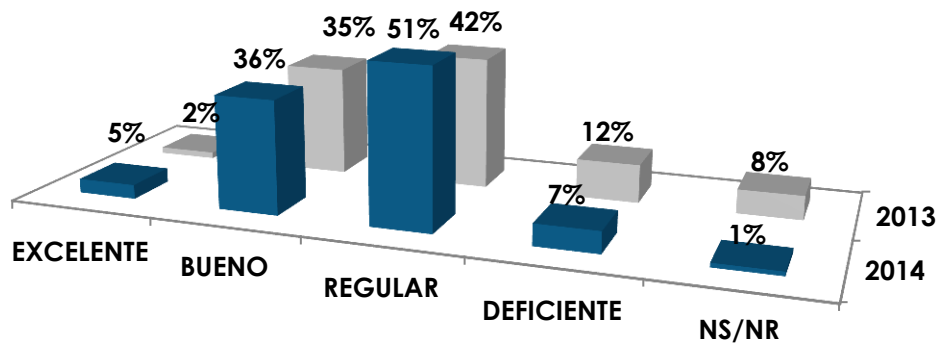
El pago de este tipo de permisos no autorizados disminuyó 15 puntos porcentuales en el presente año, al constituir el 23% de los permisos solicitados frente al 38% se representó en 2013. Es importante destacar que los vendedores residentes en la ciudad son, en un 5%, más proclives a tramitar permisos ante personas no autorizadas.

La tendencia del nivel de formalidad de los vendedores ambulantes y estacionarios medida por la posesión de permisos para realizar su actividad, se invirtió en 2014 en comparación con el año anterior. En el 2013, los vendedores residentes eran un 11% más dispuestos a solicitar formalmente los permisos requeridos para ejercer su actividad, que los visitantes, sin embargo, para este periodo el nivel de los permisos solicitados por los residentes cayó en 17 puntos al pasar de un 33% a un 16%,



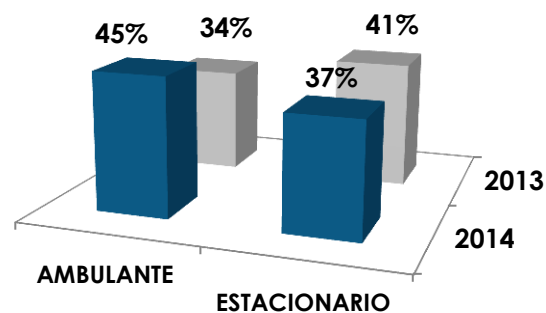
generando un mayor nivel de formalidad en los vendedores turistas que se situó en el 26%. En términos generales el pago de permisos se disminuyó en 7 puntos durante la última versión del festival al pasar de una cobertura del 27% de los vendedores a una del 20% en 2014.

Según la valoración del rendimiento de la actividad dada por los comerciantes, este año la dinámica comercial mejoró en un 4% en contraste con el año anterior. Durante el 2013, el 38% de los vendedores presentes en el Festival estaban satisfechos con el rendimiento de su actividad, en 2014 esta cifra se ubicó en el 41%. Pese a que en términos generales la actividad comercial presentó una leve mejora, continúa siendo factible a mejoras. Para lograr un verdadero aprovechamiento económico de la realización del Festival de la Leyenda Vallenata, es de vital importancia que el tejido empresarial de Valledupar y sus municipios aledaños se preparen integralmente para afrontar este evento desde todos los frentes, es decir, desde la calidad de la atención prestada hasta la selección de los productos que ofrecen.



Satisfacción de la actividad comercial

En este sentido, también se pudo detectar un cambio drástico en el rendimiento de la actividad según la condición en la que se realice, ya sea ambulante o estacionario. En el 2013, el 41% de los vendedores estacionarios estaban satisfechos con el rendimiento económico de su actividad, frente el 34% de los ambulantes, para este año, la situación se invirtió, los



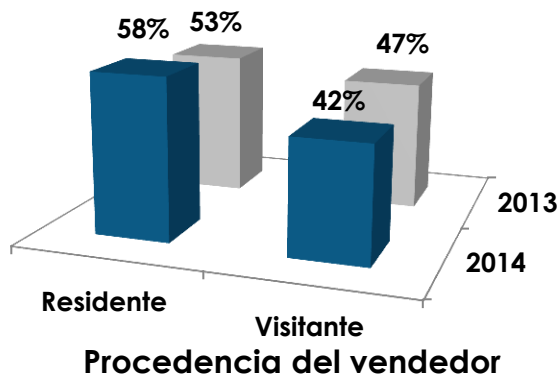
Satisfacción con la actividad comercial

vendedores ambulantes sacaron mayor provecho que los estacionarios en 8 puntos porcentuales, este hecho puede obedecer a la alta fluctuación de público que se presenta en los diferentes escenarios que afecta principalmente a los vendedores estacionarios, en tanto que los ambulantes tienen mayor capacidad de respuesta.

La participación de los vendedores foráneos disminuyó 5 puntos porcentuales durante la última versión del festival, sin embargo, continúa teniendo una elevada participación en la dinámica comercial del festival. 5 de cada 12 vendedores no residen en la ciudad de Valledupar ni en sus municipios aledaños, situación que implica un aumento en la competencia y una disminución de los ingresos de la economía municipal.

El 42% de los vendedores presentes en el festival son foráneos, mientras que 2 de cada 10 vendedores residentes permanentes de la ciudad, no ejercen la actividad comercial habitualmente

El departamento de donde proviene la mayor cantidad de los vendedores visitantes es el Atlántico con el 31%, seguido de Bolívar que aporta el 18%, mientras que solo el 3% se desplaza desde los municipios del centro y sur del Cesar. El 73% de estos vendedores foráneos acostumbran a desplazarse hacia Valledupar en cada festival, el 60% de ellos ha manifestado ejercer su actividad en 5 o más



oportunidades, incluso el 3% ha asistido a las 47 versiones que se han realizado.

Por su parte, el 20% de los vendedores residentes, corresponde a personas que

generalmente no llevan a cabo actividades comerciales, mientras que 7 de cada 10 vendedores residentes que se dedican permanentemente a operaciones mercantiles, consideran que la realización del Festival de la Leyenda Vallenata afecta positivamente su actividad.

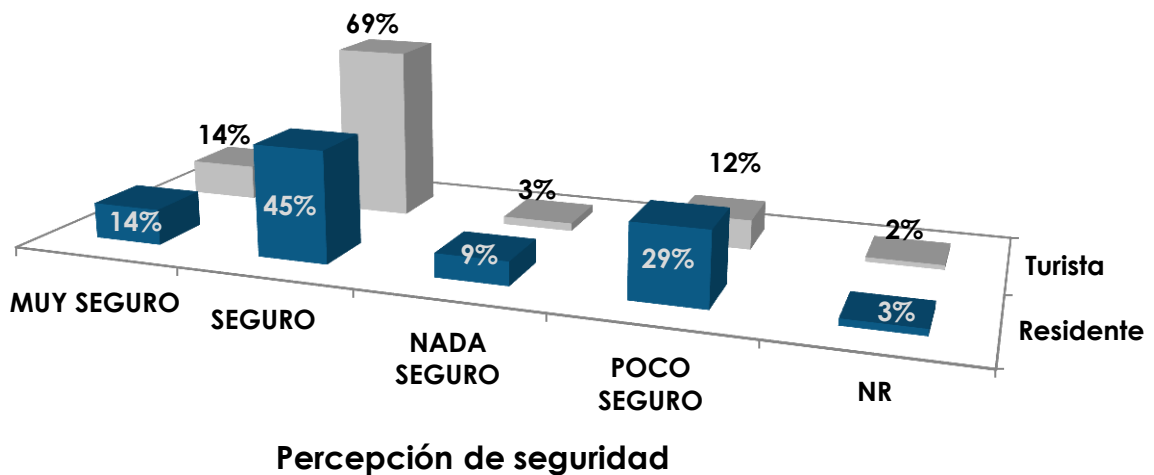


PERSPECTIVA DE LA CIUDADANÍA: TURISTAS Y RESIDENTES

Además de la dinámica comercial, para la Cámara de Comercio de Valledupar es importante medir el pulso del festival según el punto de vista, tanto de la ciudadanía en general, que reside en la ciudad, como de los turistas que visitan a Valledupar en esta época. En este sentido, se encuestaron 9.748 personas, que dieron su opinión acerca de diversos factores que se consideraron neurálgicos para la realización del festival, con el fin de detectar las fortalezas y las debilidades que tiene el municipio en esta materia.

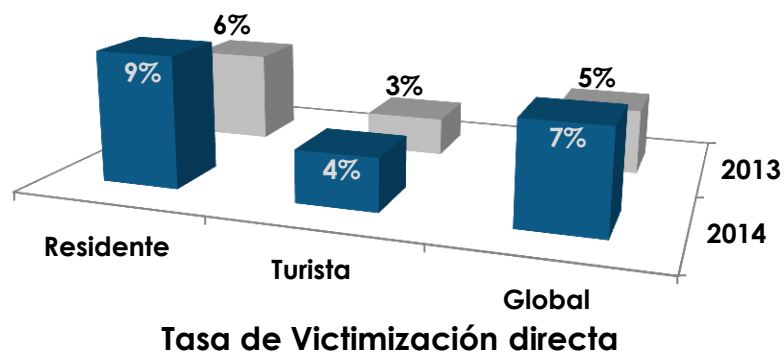
La medición de la percepción de seguridad en la ciudad arrojó que 6 de cada 9 personas se sienten seguras en Valledupar. Al realizar la discriminación según origen, se pudo establecer que el 83% de los turistas se sienten seguros en el municipio, pese a que para los residentes esta cifra se situó 24 puntos porcentuales por debajo, al ubicarse en el 59%.

Los turistas se sienten más seguros en Valledupar que los valduparenses.



Los niveles de percepción son consecuentes con las tasas de victimización, en efecto, los residentes en la ciudad son más propensos a sufrir algún hecho delictivo durante los 6 días de festival que los turistas. Si bien la tasa de victimización global se incrementó para ambos sectores poblacionales, en el caso de los residentes fue mayor. Mientras que la tasa de victimización para turistas subió un punto, para los residentes se incrementó en 3 puntos porcentuales. Hecho que constituye una lamentable noticia para el festival y para quienes desean participar en él. Ante esto, es necesario que

las autoridades refuercen su presencia durante este importante evento.

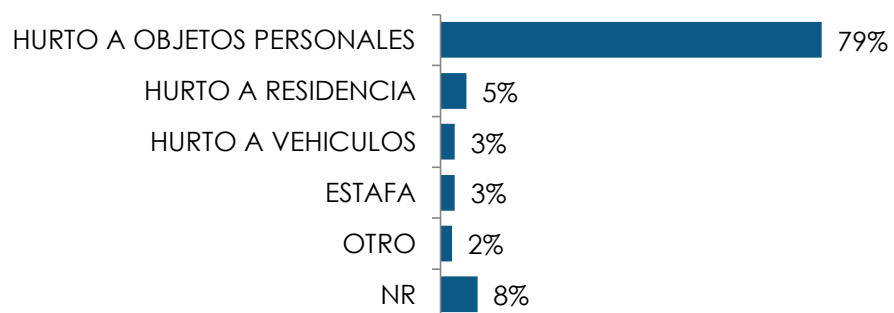


El delito más frecuente fue el hurto de objetos personales;

pese al alto impacto que suele tener este tipo de hechos delictivos, el nivel de denuncia fue tan solo de un 66%. Entre las principales razones que manifestó tener la población para no denunciar, se encuentra la desconfianza en el accionar de las autoridades, la falta de tiempo para hacer la diligencia y que no consideran que sea importante interponer el denuncia

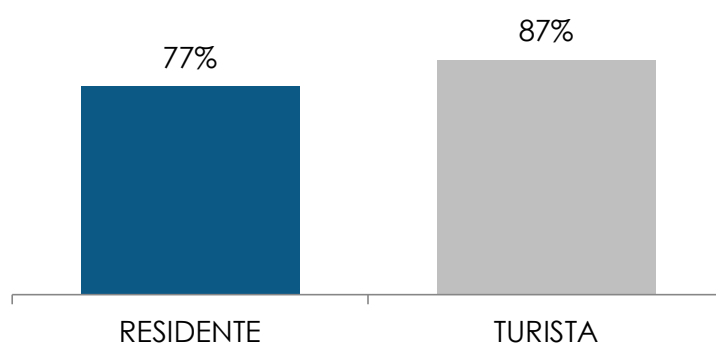
La tasa de victimización indirecta global se sitúo en el 13, para el caso de los residentes fue del 16%, mientras que para los turistas se ubicó en el 7%.

respectivo. Ante esta situación, se pone de manifiesto la importancia de construir cultura ciudadana, para incentivar el uso de esta herramienta y la necesidad de estimular la confianza en las autoridades.



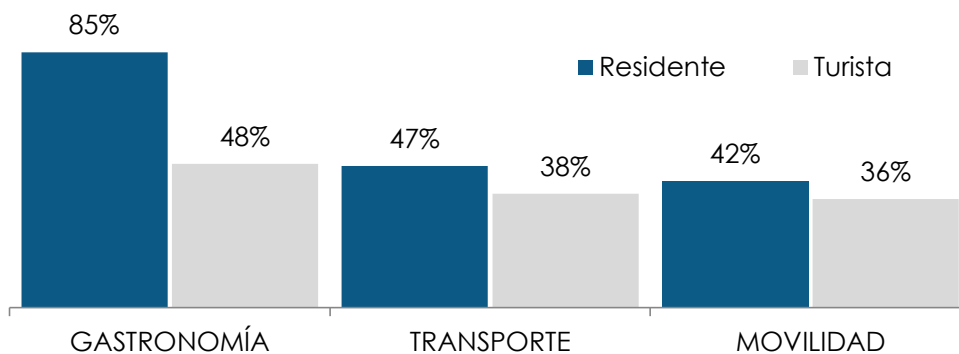
Hechos delictivos

Valledupar está más preparada para recibir turista que lo que sus habitantes consideran. El 77% de los residentes en el municipio manifestó que Valledupar cuenta con las condiciones necesarias, sin embargo, la cantidad de turistas que creen en el nivel de preparación de la ciudad asciende al 87%. Pese a este excelente reconocimiento, es importante tener en cuenta que la ciudad tiene un gran camino por recorrer para lograr situarse en la excelencia en este aspecto. Ante esto, es necesario que cada uno de los miembros de la comunidad valduparense se prepare y contribuya en esta gran labor que debe unir a toda la ciudadanía.



Percepción de la capacidad de la ciudad para cobijar a sus turistas

Sin embargo, al desglosar el nivel de preparación de la ciudad según factores relevantes para el sector, la ciudad no está tan bien, como sus habitantes consideran, en gastronomía, transporte y movilidad. La mayor diferencia de percepción entre turistas y residentes, se presenta en la gastronomía, que no logra satisfacer a 5 de cada 9 visitantes, contrario a lo que indica el 85% de los residentes. Por su parte, el aspecto más crítico que detectaron los turistas fue la movilidad, sólo 3 de cada 8 turistas manifestaron estar satisfechos con la movilidad de la ciudad.

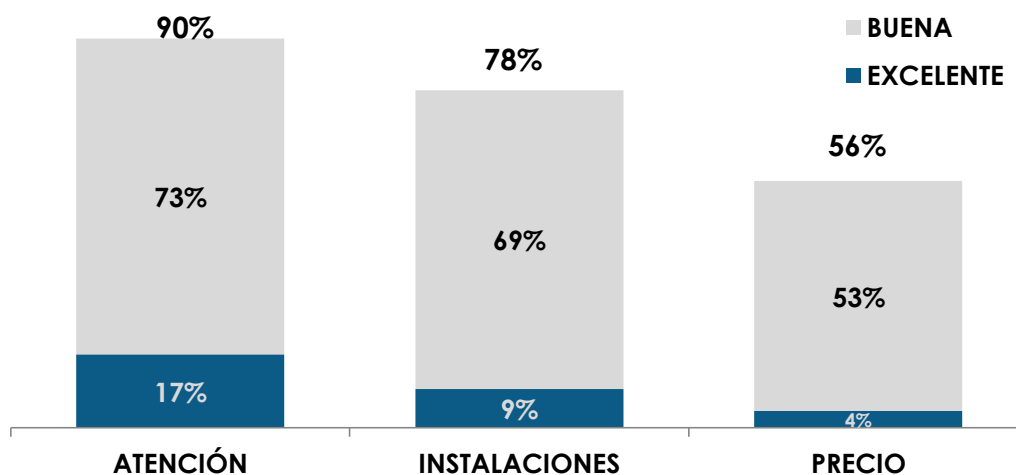


Percepción de la preparación de la ciudad por ámbito

El principal reto que debe asumir la ciudad, es la ampliación de la cobertura hotelera y el mejoramiento de sus precios. De igual forma, la seguridad sigue constituyendo uno de los mayores desafíos para el municipio.

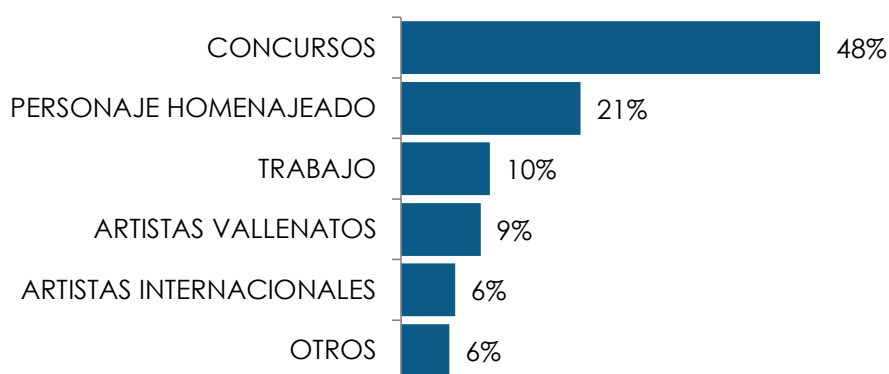
1 de cada 3 turistas son visitantes asiduos del festival

Los turistas que asisten a Valledupar en época del festival, han demostrado fidelidad a esta fiesta. 1 de cada 3 visitantes ha asistido a otras versiones y manifiesta la intención de regresar y su



Nivel de satisfacción de los turistas

principal motivación para asistir al festival es la realización de los diversos concursos musicales. De igual forma, es importante señalar que el 10% de los turistas aprovechó la época para llevar a cabo labores propias de sus negocios en la ciudad. Es de gran importancia que la sociedad valduparense y en especial su tejido empresarial, sigan cultivando este tipo de lealtad, para así, atraer cada vez más viajeros.



Motivación de los turistas para asistir

Los turistas manifestaron tener un alto grado de satisfacción con la ciudad. El 92% calificó como una buena experiencia su visita a la ciudad, el 91% estaría dispuesto a volver a Valledupar en una época distinta al festival, mientras que el 93% de recomendaría visitar la ciudad y participar de uno de los eventos folclóricos más importantes del país, el Festival de la Leyenda Vallenata.

El 92% de los turistas catalogan como una buena experiencia conocer a Valledupar y estarían dispuestos a visitar la ciudad en época distinta al festival

Por su parte, la participación de residentes en la ciudad a las actividades realizadas en el marco del festival, aumentó en 15

10 de cada 12
personas que viven en
Valledupar fueron a
algún tipo de eventos
del festival

puntos porcentuales. En el presente año el nivel de participación de las personas que viven en Valledupar en los eventos del festival se ubicó en el 82%, frente al 67% de participación registrada en la pasada versión.

El 83% de los residentes que asistió a eventos del festival, lo hizo a programaciones pagas, mientras que la principal razón por la que el 17% de la población se abstuvo de acudir fue el alto valor de las entradas.