

BALANCE TURÍSTICO Y COMERCIAL DEL FESTIVAL DE LA LEYENDA VALLENATA N° 49



**CÁMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



**OBSERVATORIO ECONÓMICO
CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR**

PRESIDENTE EJECUTIVO

José Luis Urón Márquez

VICEPRESIDENTE EJECUTIVO

Edgar Rincón Castilla

Coordinador Observatorio Económico

Juan Felipe Camargo Mejía

Coordinador de logística

Roberto Hinojosa Lúquez

Asistentes de investigación

Angélica Carrillo

Nadia Márquez

Juan Miguel Herrera

Encuestadores

María Castillo

Sara Churio

Sindy Gallo

Edna Hernández

Luisa Hoyos

Jorge Manosalva

Sahily Murgas

Álvaro Murgas

Greisy Pumarejo

Gina Quintana

Shestin Torres

Carlos Vega

Weimer Acuña

Supervisores de campo

Dora Barrera

Rafael Martínez

Lorena de Ávila

Corrección de estilo:

Stella Durán Escalona

Asesora de Presidencia Ejecutiva

INTRODUCCIÓN

El Festival de la Leyenda Vallenata es el acontecimiento folclórico más importante de la región, el cual reúne anualmente a un importante número de turistas y a grandes expositores del género, para rendir tributo a la música y a la idiosincrasia vallenata. Recientemente, la música tradicional vallenata fue declarada Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por parte de la UNESCO, y con esto, toma un valor aún más profundo, dentro del territorio nacional y genera mucho más interés en el ámbito internacional.

Conscientes de la importancia de nuestro Festival, la Cámara de Comercio de Valledupar viene realizando un trabajo investigativo, mediante el cual hace un balance comercial y turístico del evento. Alrededor de 9000 encuestas, fueron aplicadas por los encuestadores de la Cámara de Comercio de Valledupar, dirigidas a vendedores ambulantes y estacionarios que desarrollaron su actividad en los principales eventos; y a turistas y residentes, asistentes a los mismos, indagando sobre temas relacionados con comercio, organización, seguridad, costos y movilidad, durante el Festival Vallenato, esto, con el fin de recolectar información fehaciente y oportuna, que favorezca la toma de decisiones y ayude al mejoramiento de estas fiestas folclóricas, tanto para los valduparenses como para los visitantes.

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.ccvalledupar.org.co/> en el enlace del Observatorio Económico, a través del correo electrónico observatorioeconomico@ccvalledupar.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 Económico, estará presto para atender su solicitud.



OBSERVATORIO ECONÓMICO
CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR



CÁMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR

FICHA TÉCNICA

La recolección de esta información se realizó por medio de la encuesta directa, aplicada en campo. El equipo conformado por 14 encuestadores y 3 supervisores de campo, recorrió los principales eventos del Festival de la Leyenda Vallenata encuestando a vendedores ambulantes y estacionarios, indagando por la actividad comercial que realizan; así como a turistas y residentes, para conocer su percepción de la ciudad y el evento como tal.

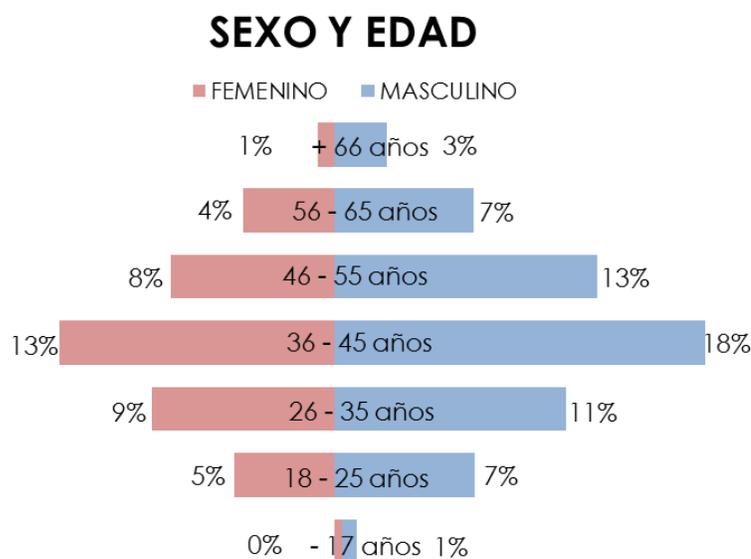
Encuestados	9094 (4.603 residentes y 2.199 visitantes, 2.292 vendedores ambulantes y estacionarios)
Margen de error	0.76 %
Realizado por	Cámara de Comercio de Valledupar
Financiado por	Cámara de Comercio de Valledupar
Población objetivo	Vendedores ambulantes y estacionarios, y turistas y residentes ubicados en los principales eventos del Festival de la Leyenda Vallenata
Número de preguntas	23 preguntas principales
Fecha de realización de la encuesta	26 de abril – 30 de abril de 2016
Lugar de aplicación de la encuesta	Valledupar, cabecera municipal

BALANCE COMERCIAL

VENEDORES AMBULANTES Y ESTACIONARIOS

Caracterización socioeconómica

El número de vendedores encuestados que ejercieron la actividad en forma ambulante o estacionaria, en los distintos eventos realizados en el marco del Festival de la Leyenda Vallenata 2016, alcanzó los 2.292. **El 59 % (1.355) de los vendedores identificados son hombres**, y de estos, el rango de edad que tuvo más participación, con el 18 %, se encuentra entre los 36 y 45 años, que representa a 415 vendedores. Por su parte, **las mujeres tuvieron participación del 41 % (937)**, donde 308 de ellas están en el rango de edad de 36 a 45 años.



Aunque los hombres siguen teniendo mayor representación en esta actividad informal participan en menor medida que durante el Festival del año anterior, cuando alcanzaron el 67 % del total de vendedores.

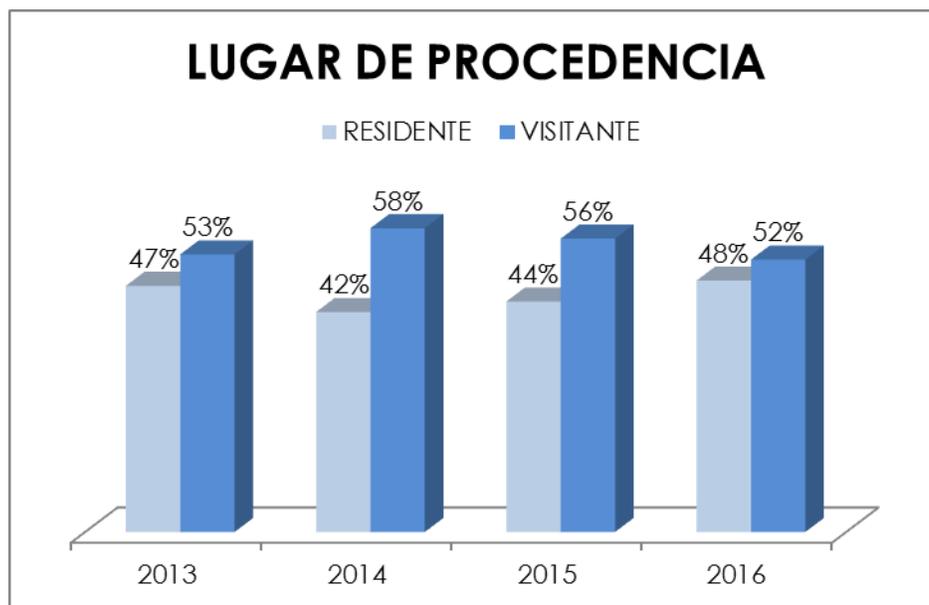
Procedencia

El Festival Vallenato al ser un atractivo turístico que dinamiza la economía de la ciudad y la región, genera que lleguen vendedores de otros lugares del país, e incluso de otras nacionalidades. Para el 2016, **el 38 % de los vendedores informales provinieron de estos departamento**, siendo Atlántico, Magdalena y Bolívar con 241, 139 y 105 respectivamente, los departamentos desde donde llega la mayor cantidad de vendedores, comprobándose que los vendedores informales que acuden a la ciudad en la época de Festival, lo hacen por la cercanía y las facilidades para acceder y transportar las mercancías necesarias para desarrollar la actividad. Además se encontraron vendedores de otras naciones, como México, Uruguay, Panamá y Venezuela, que representaron cerca del 3 %.

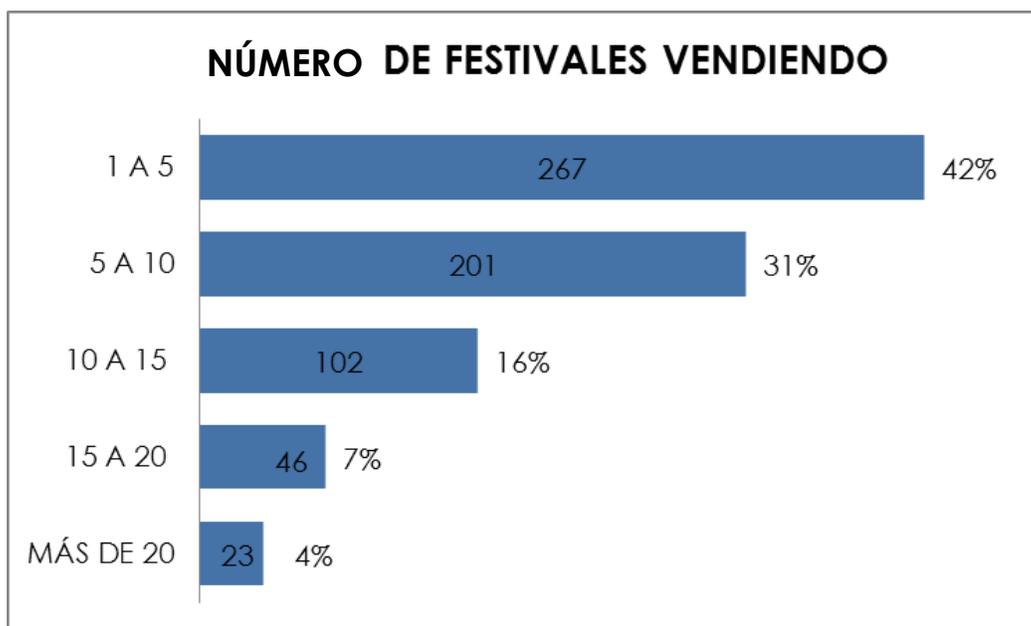
El 38 % de los vendedores informales vienen de fuera del departamento.



Mientras el 48 % de los vendedores informales trabaja o reside permanentemente en Valledupar, el 14 % proviene de algún otro municipio del mismo Cesar, alcanzando un 62 % en total. Estos porcentajes muestran un aumento en la participación de vendedores oriundos del departamento, en relación al año anterior



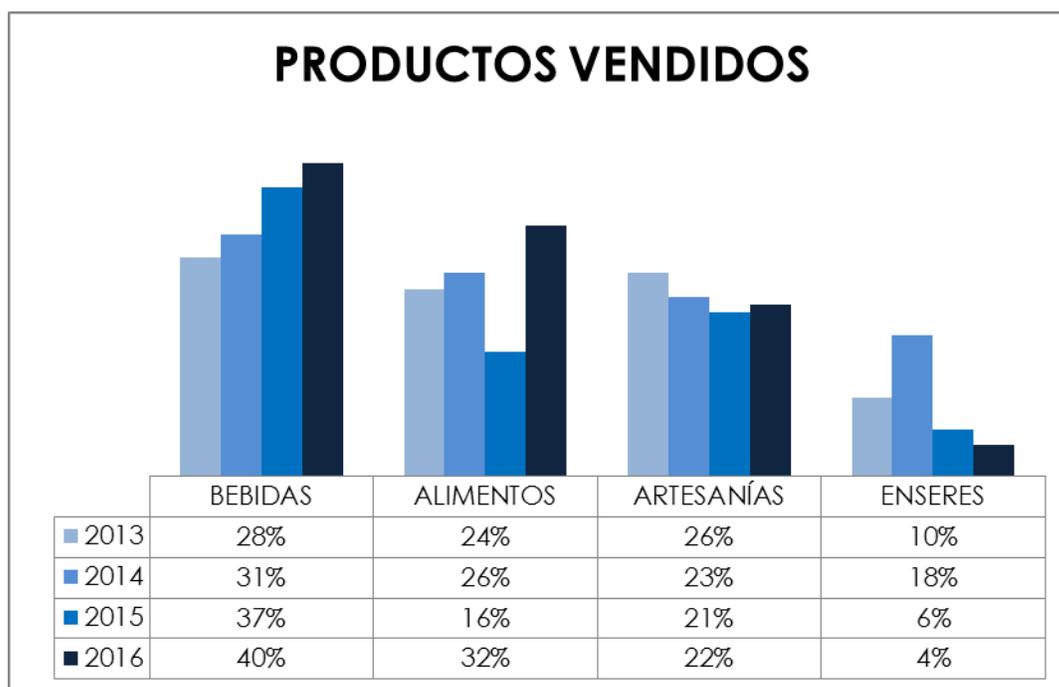
De los vendedores informales que vienen de otras ciudades, exclusivamente, en ocasión del Festival Vallenato, el 32 % lo hace por primera vez en esta versión N° 49 del evento. El 62 % asiste regularmente al festival, para ejercer la actividad de ventas informales, habiendo asistido por lo menos en una ocasión anterior; de estos, el 42 % ha asistido entre 1 y 5 versiones anteriores, mientras que el 11 % ha venido en 15 o más ocasiones.



Caracterización de la actividad

La versión 49 del Festival de la Leyenda Vallenata tuvo vendedores ambulantes y estacionarios que comercializaban distintas clases de productos, entre los que se destacaron las bebidas y alimentos, representando el 72 % del total del comercio en el festival vallenato del 2016. La investigación realizada, arrojó que la venta de bebidas ha venido en aumento en los últimos cuatro años, subiendo 12 puntos desde el 2013, mientras que la venta de alimentos, ya sean preparados (28 %) o sin preparar (4 %), aumentó 100 % con respecto al año pasado, cuando había disminuido 10 puntos frente a la versión anterior, por lo que recupera su participación en la festividad.

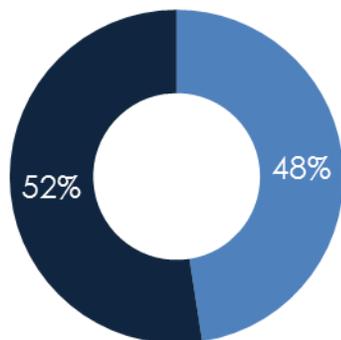
El 72 % de los vendedores comercializó bebidas y comidas.



Estos productos son ofrecidos al público de manera ambulante o estacionaria, donde el **52 % de estos, fueron**

ACTIVIDAD COMERCIAL

■ AMBULANTE ■ ESTACIONARIO



identificados como estacionarios, al permanecer en un mismo sitio durante todo el festival, al realizar la actividad, y **el 48 % como ambulante**, moviéndose de un sitio a otro en busca de los clientes. La modalidad en que realizan esta actividad, no incidió significativamente en la rentabilidad que manifiesta tener cada vendedor, en la presente versión. Las ventas ambulantes superan levemente a las estacionarias sin embargo, 47 % de los vendedores ambulantes manifiesta estar satisfecho con las ganancias que genera, y el 43 % de los vendedores estacionarios asegura lo mismo. Para el año anterior, la actividad ambulante fue 3 veces más rentable, según los mismos vendedores.

Por otro lado, el 35 % de los vendedores que vive en la ciudad, realiza esta actividad informal, exclusivamente en el festival,

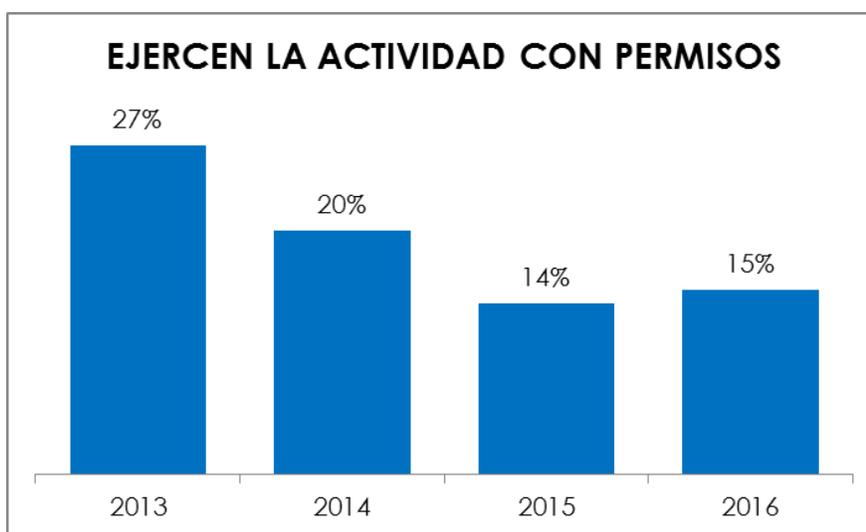


aumentando 25 puntos porcentuales con respecto al festival del año anterior, cuando el 10 % realizaba la actividad solo en las festividades, dando cuenta de la gran oportunidad de generar ingresos que proporciona el evento insignia de la región, aprovechando la gran demanda de productos y servicios, a causa de la visita de turistas y participación de residentes en la ciudad.

Tanto la venta estacionaria como ambulante genera la misma rentabilidad, según los vendedores.

Permisos a Vendedores

Todas las personas que quisieran realizar ventas de tipo ambulante o estacionaria, dentro de los eventos oficiales del Festival de la Leyenda Vallenata, debían pagar un impuesto ante la Alcaldía Municipal. De acuerdo a las cifras que da a conocer la Oficina de Espacio Público de la Secretaría de Gobierno Municipal, **solo 347 vendedores realizaron el pago**, por lo que la propensión al pago de este impuesto, es baja.



Por otro lado, al encuestar a los vendedores en los distintos eventos y sitios más concurridos de la ciudad, tan solo el 27 % confirma haber hecho algún pago para realizar la actividad; de estos, el 80 % lo hizo ante la Alcaldía, el 10 % ante la Fundación del Festival de la Leyenda o ante alguna asociación; el restante 10 % asegura que pidió y pagó el permiso a organizadores de eventos o propietarios de casas

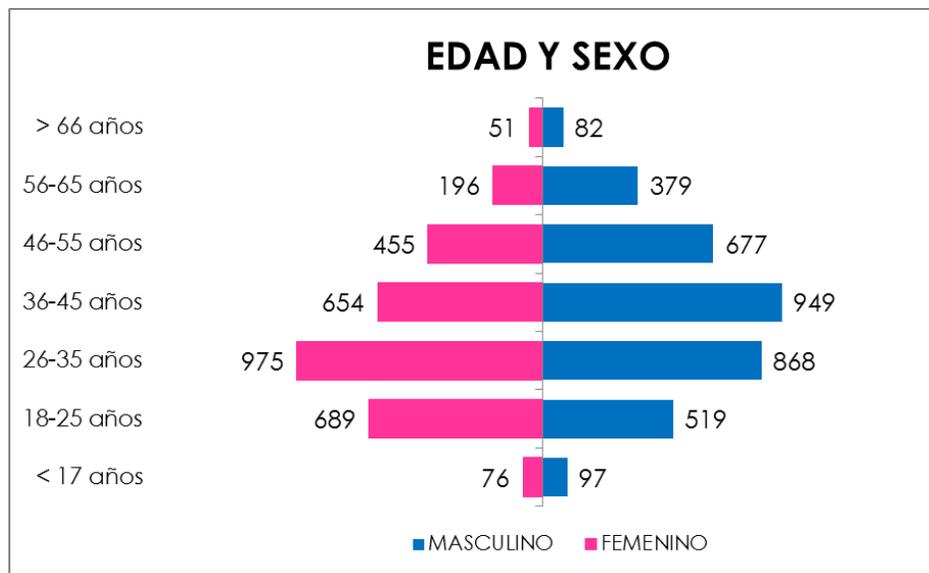
Asimismo, el 55 % de los vendedores que pagan por los permisos, residen en la ciudad, por lo que se evidencia que son más responsables que los foráneos, en el pago de los respectivos permisos,



BALANCE TURÍSTICO

RESIDENTES Y VISITANTES

Durante el desarrollo de la versión 49 del Festival de la Leyenda Vallenata, hubo una mayor asistencia de los hombres en los eventos del festival con una participación del 54 %, mientras que la presencia de las mujeres representó al 46 % de los asistentes. El trabajo investigativo tomó como muestra a 4.603 residentes (68 %) y a 2.199 (32 %) visitantes o turistas.



Ingreso a la ciudad de turistas

El Festival de la Leyenda Vallenata es uno de los eventos cultural más importante de Colombia, y despierta el interés de miles de turistas de todo el país y de otras nacionalidades, generando que lleguen cada vez más personas, a disfrutar del evento, sea por vía aérea o terrestre. A parte de los visitantes de otras regiones del país, se encuestaron turistas de Estados Unidos, Canadá, China, Japón, México, Panamá, Venezuela, Costa Rica, Ecuador, entre otros, denotando el reconocimiento e interés que despierta nuestra música y cultura vallenata, en el mundo.

5.925 pasajeros ingresaron a la ciudad por vía aérea, **33.693** en transporte intermunicipal y **60.000** en vehículo particular.

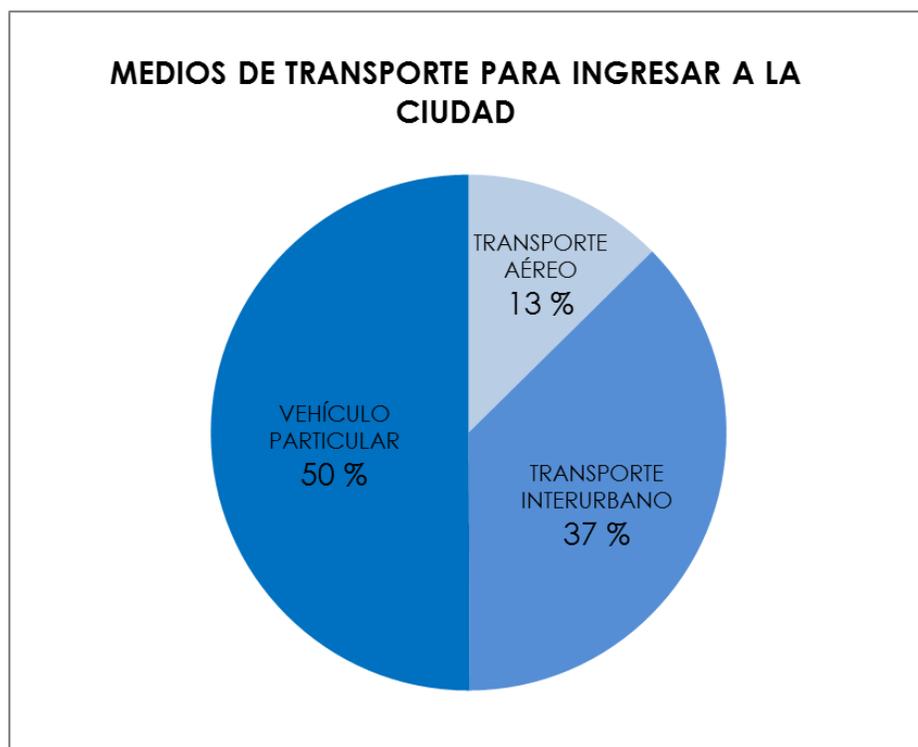
Según Aeropuertos de Oriente S.A.S, la empresa operadora del aeropuerto Alfonso López, en la semana del festival, **a la ciudad entraron 109 vuelos nacionales y 4 vuelos internacionales, transportando 5.925 pasajeros.** Hubo 26 vuelos nacionales y 5 vuelos internacionales menos que el año pasado, disminuyendo también el número de pasajeros que entraron a Valledupar por vía aérea, en 4,5 %, frente a los 6.207 que ingresaron por esa misma vía en el 2015. Los datos facilitados por la misma entidad revelan que en la semana del festival, el número de operaciones aéreas se incrementó en un 367 %, pasando de 6 vuelos diarios, a 28 vuelos. En promedio entraron 19 vuelos diarios en la semana del Festival Vallenato.



19 vuelos diarios en promedio, ingresaron a la ciudad, incrementándose 367 %.

Por vía terrestre, mediante la Terminal de Transporte de Valledupar, ingresaron 33.693 pasajeros, en 4.856 buses, aumentando un 19 % con respecto al festival del 2015 cuando llegaron poco más de 28 mil pasajeros por la misma vía; además, según lo registrado por el Departamento de Policía Cesar, ingresaron 18.320 vehículos particulares (18 % más que el año pasado, cuando ingresaron 15.540), con 60.000 visitantes, aproximadamente. En total ingresaron cerca de 99.000 visitantes a la ciudad.

Por su parte, el 87 % de los turistas encuestados, entró a Valledupar en vehículo particular o transporte interurbano, ya que la mayoría viene de ciudades y regiones cercanas como Magdalena, Atlántico, Bolívar, Sucre, etc., además de ser una opción mucho más económica.



La esencia del Festival, que es su cultura y música tradicional, sigue siendo el principal motivo por el cual llegan turistas a participar de las fiestas, ratificando la importancia que tiene el reciente reconocimiento por parte de la UNESCO. El 65 % de los turistas que participaron del Festival Vallenato 2016, lo hicieron principalmente por los concursos culturales, entre los que se destaca el concurso de acordeonero profesional e infantil, que trae consigo muchos visitantes, entre otros, familiares de los niños que participan allí. Los artistas internacionales influyeron en la decisión de venir del 17 % de los turistas, y el personaje homenajeado, en este caso los Hermanos Zuleta, no tiene gran influencia en la atracción de turistas, alcanzando el 10 %.

Los turistas resaltan los atractivos turísticos que más les llama la atención, entre los que se destacan los balnearios y el Parque de la Leyenda Vallenata, lugar donde se realizan los eventos oficiales de la Fundación, que cuenta con instalaciones de primer nivel.





Hospedaje

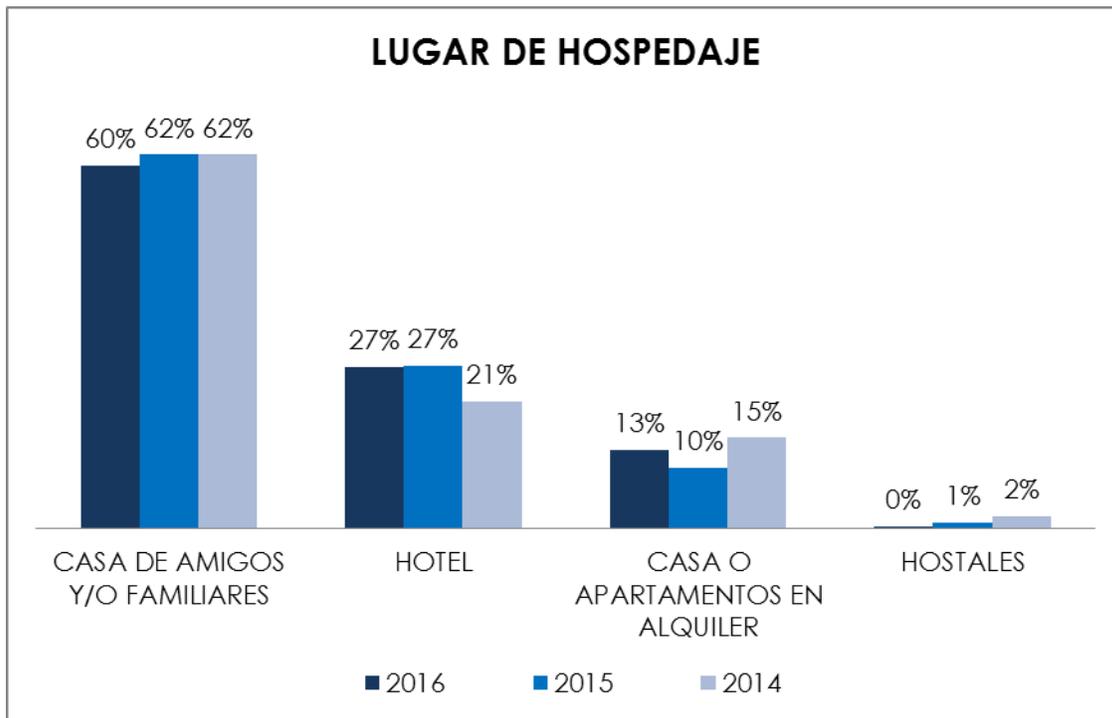
Para atender la llegada de los visitantes, Valledupar cuenta con establecimientos de alojamiento y hospedaje no permanentes, de primer nivel, que se han construido al lado de inversiones realizadas en los últimos años ante las proyecciones de crecimiento de la ciudad, como sitio turístico cultural y de negocios. En el trabajo investigativo, se visitaron 127 unidades de alojamiento entre hoteles, hostales, moteles, que tienen su registro mercantil activo, es decir, ejercen la actividad comercial formalmente, a diferencia de las residencias (casas y apartamentos) particulares que ofrecen el mismo servicio, solo en temporada alta, a costos elevados, sin tener los permisos correspondientes. **El balance turístico de estos establecimientos (alojamiento y hospedaje) es negativo**, ya que el 40 % de los turistas manifiesta que la atención hotelera en esta versión del festival **empeoró**, frente a la anterior; el 27 % dice que mejoró y el 29 % que fue igual.

La ocupación
hotelera fue menor
que en el Festival
del año pasado.

Estas cifras evidencian que aunque el Festival del 2016, en homenaje a los Hermanos Zuleta, fue un éxito, tuvo menos presencia de visitantes que el año anterior, por lo menos hospedándose en hoteles.

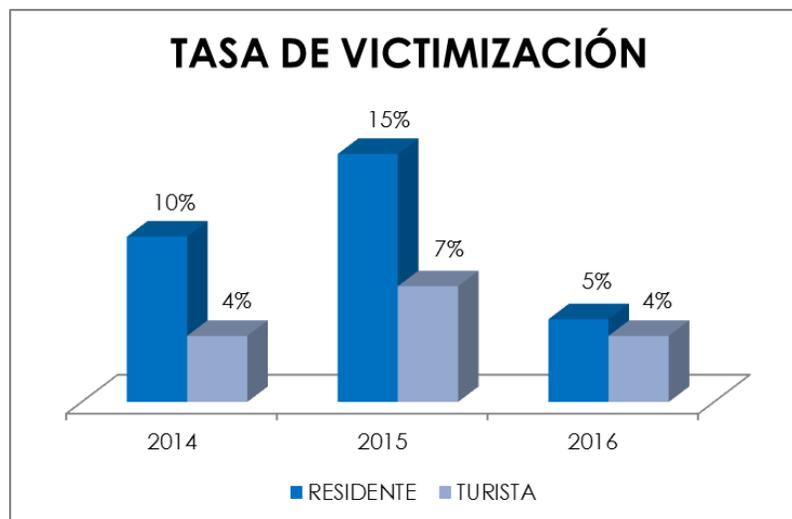
El lugar de hospedaje de los visitantes a la ciudad no ha cambiado significativamente en los últimos años. **Los turistas siguen prefiriendo la casa de amigos o familiares** para pernoctar en las fiestas, pero en el balance turístico del 2016, se denota un leve decrecimiento, de 2 puntos, sumándole importancia al alquiler de casas o apartamentos particulares.





Seguridad

Para garantizar que residentes y turistas disfruten del festival, es esencial que las autoridades tomen medidas preventivas para que no sucedan hechos delictivos que afecten el normal desarrollo del evento. Para llevar a cabo estas medidas de seguridad, la Policía Nacional dispuso del servicio de 1.317 agentes, en total, siendo 331 integrantes del Departamento de Policía Cesar. Gracias a este apoyo, **la ciudad tuvo un nivel de victimización bajo**, ya que tan solo el 5 % de los encuestados que reside en la ciudad, manifestó haber sido víctima de algún hecho delictivo, por su parte, solo el 4 % de los turistas asegura lo mismo.



Según los encuestados, el hecho delictivo que más los afectó fue el hurto de objetos personales (225), seguido del hurto a residencias (15) y hurto a vehículo (11). Sin embargo, las cifras del Departamento de Policía Cesar, que revelan que en la segunda quincena de abril, en el Área Metropolitana de Valledupar (La Paz, Manaure, San Diego,

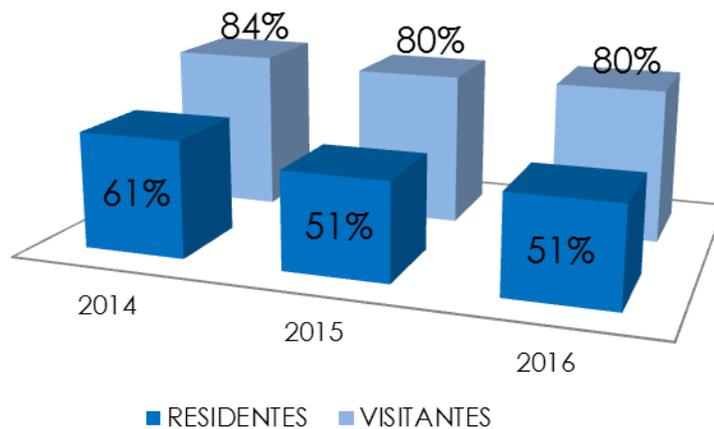


Codazzi, además de Pueblo Bello), se reportaron 63 casos de hurto a personas, 15 de hurto a residencias y 6 de hurto a automotores, demuestran que gran parte de los afectados no presentan la denuncia que dé cuenta de estos delitos, ante las autoridades, para que estas realicen el debido seguimiento. De los encuestados que manifestaron haber sido afectados por estos delitos, únicamente el 56 % denunció la afectación del hecho ante las autoridades competentes.

56 % de las víctimas de hechos delictivos denunciaron ante las autoridades.

Este bajo nivel de victimización en la ciudad, en el desarrollo del Festival Vallenato influyó en la percepción de seguridad que tenían residente y turistas. **En los residentes fue mucho más marcada la tendencia a sentirse inseguro;** el 48 % de los habitantes de la ciudad percibía inseguridad, demostrando falta de confianza en las autoridades. En cambio, los turistas tenían más confianza en las medidas de seguridad tomadas por los organizadores de los eventos o el departamento de policía, ya que solo el 20 % de estos, sentían que podían ser víctima de algún hecho delictivo.

PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD



Este año, según el Departamento de Policía Cesar, se presentaron 17 comparendos por embriaguez, además de la inmovilización de 58 vehículos y 417 motocicletas, eventos que ponen en peligro la seguridad de los asistentes al Festival, por lo que la pronta y efectivas acciones de las autoridades es primordial para resguardar la seguridad.

CALIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Gastronomía

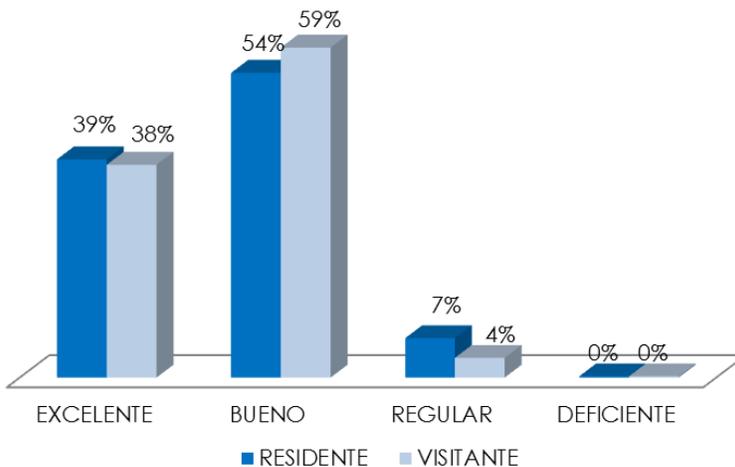
Colombia es un país con marcadas diferencias regionales, y cada una de estas regiones tiene tradiciones y culturas que se expresan a través de la gastronomía, entre otras expresiones. Recientemente fue escogido el plato típico de Valledupar, por la Oficina de Turismo de la Alcaldía Municipal, con el fin de darle una identidad propia sobre otras regiones; así fue como se escogió el arroz de fideos, la carne desmechada y el plátano maduro como los integrantes del plato representativo de la ciudad, superando a otros platos característicos, como el chivo, el sancocho, etc.

La gastronomía es un aspecto transversal, fundamental para fortalecer el turismo cultural y de naturaleza. que ofrecen Valledupar y el Cesar, por esto es importante conocer la percepción de visitantes y residentes. El 59 % de los visitantes dijo que era buena y el 38 % excelente; para los residentes, el 54 %



considera que es buena y el 39 % la cree excelente, prácticamente se presentan las mismas cifras, determinando que tanto a residente como a turistas les gusta la comida típica ofrecido en la ciudad.

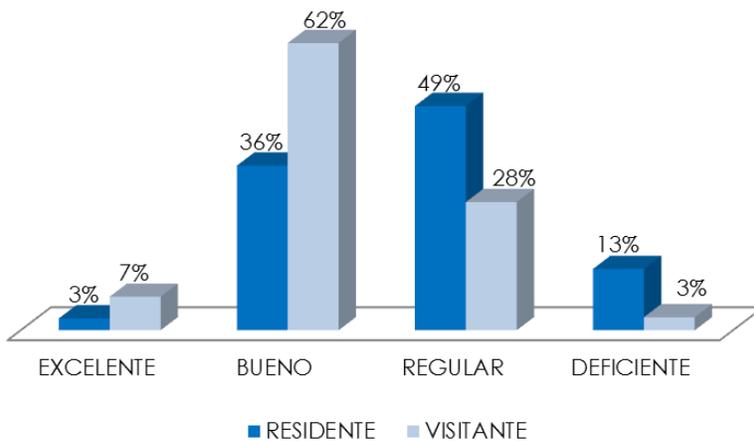
CALIFICACIÓN DE LA GASTRONOMÍA



Transporte público

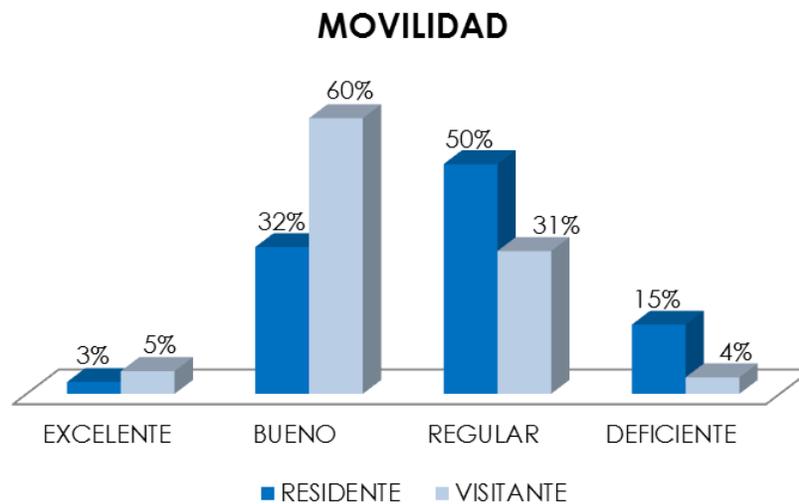
El moto taxismo en la ciudad, trae consigo problemas de movilidad y orden, al interior de la misma. Valledupar no cuenta con un sistema de transporte público que optimice la movilidad urbana y satisfaga la demanda de los pasajeros. En desarrollo del festival, el 69 % de los visitantes consideró al transporte público como excelente o bueno y para los residentes la calificación fue del 39 %. Estos datos contrastan uno con otro, muestran que la calificación dada por los residentes está influenciada por la situación de tiempo atrás, donde el servicio público colectivo no abarca la totalidad de la ciudad y no existe una flota suficiente, que tenga un flujo constante, por lo que el ciudadano debe esperar mucho tiempo entre cada bus. En cambio el visitante o turista tuvo una percepción de satisfacción, no mostrando molestia ante los altos precios del transporte en esta época.

CALIFICACIÓN DEL TRANSPORTE PÚBLICO



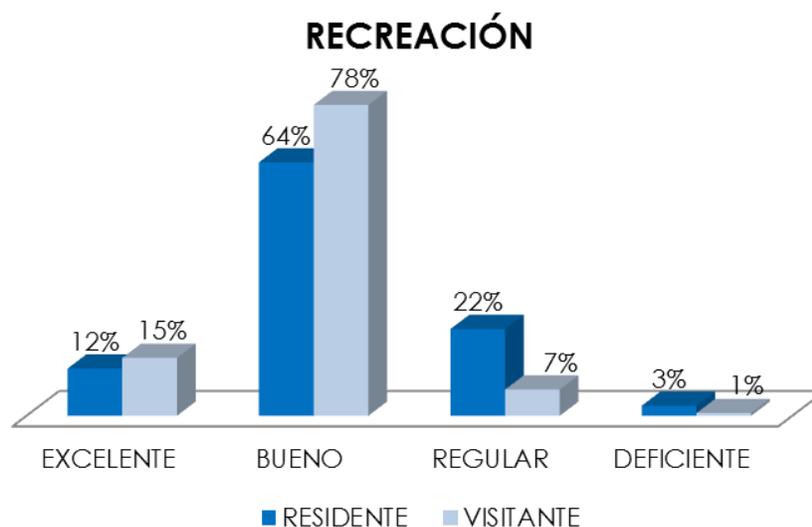
Movilidad

Pese a los serios problemas que afronta la ciudad en cuanto a movilidad y transporte, en el marco y transcurso del Festival, el 65 % de los visitantes encuestados, partícipes de algunos de los eventos realizados, consideró excelente o buena la movilidad; como también el 35 % de los residentes, lo consideró de igual forma. Estas diferencias pueden deberse a que los visitantes vienen de ciudades más grandes, donde la movilidad es mucho más complicada y existe más trancones; enfrentándose al hecho de que la movilidad en la ciudad, según los residentes, es pesada, más aun, comparándola con la de unos años atrás cuando no existía ningún tipo de trancón.



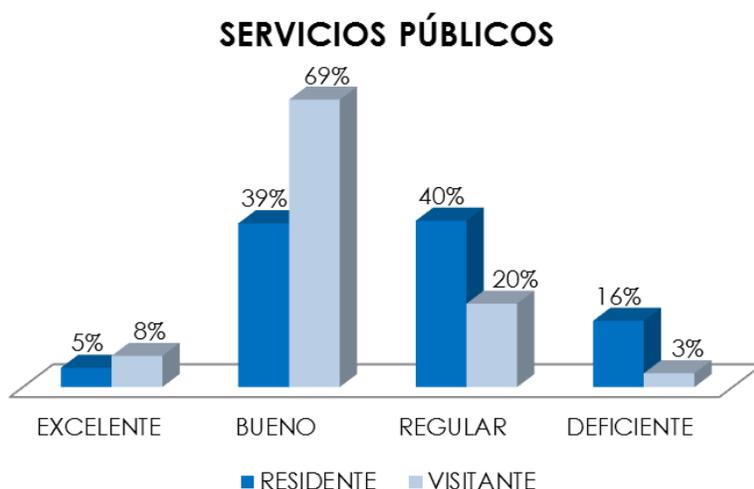
Recreación

Valledupar no cuenta con buenos espacios de recreación; pero en el marco del Festival de la Leyenda Vallenata, aunque esta concepción pudo ser influenciada por la realización de los eventos, los residentes consideraron que los sitios y eventos para entretenerse cumplieron sus expectativas en un 76 %. Para los visitantes fue mucho más satisfactorio, llegando al 93 %.



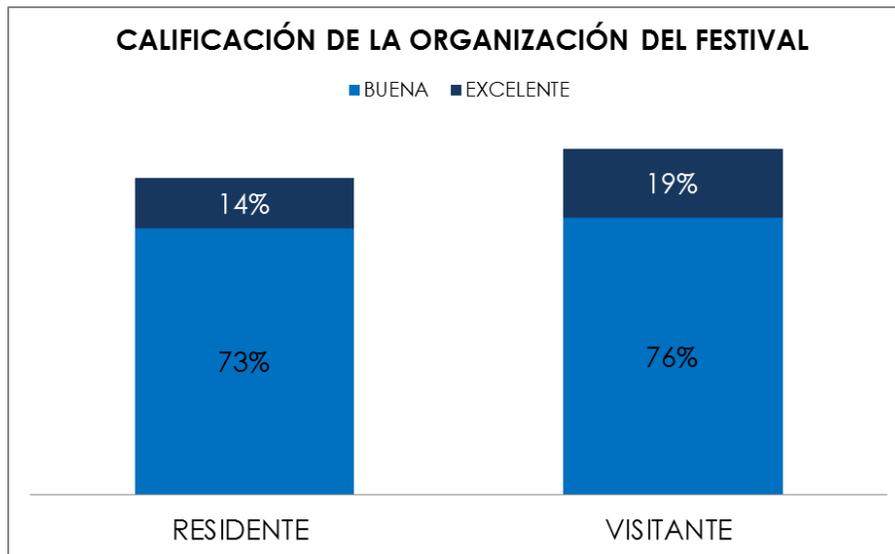
Servicios públicos

Frente a este aspecto, de los residentes que fueron partícipes de alguno de los eventos realizados en la versión 49° del Festival de la Leyenda Vallenata, el 77 %, consideró satisfactoria la prestación general de los servicios públicos, como la luz, el agua y la energía eléctrica, pero para el 44 %, de los residentes, estos servicios fueron regulares, presentándose el mismo fenómeno del transporte público, donde la percepción viene influenciada por malas experiencias anteriores.



Organización de los eventos

La organización de los eventos musicales que se celebran en el marco del Festival Vallenato, son esenciales para causar una buena impresión entre los asistentes, que basan su percepción de las festividades en el aspecto organizativo. De la población encuestada, que asistió a alguno de los eventos, realizados durante el transcurso del Festival de la Leyenda Vallenata, se pudo determinar que **los visitantes tuvieron mejor percepción de su organización**, al considerarla como excelente (19 %) o buena (76 %) totalizando una satisfacción del 95 % de los visitantes encuestados, mientras que los residentes se mostraron satisfechos aunque en menor medida, alcanzando el 87 %.



Frente a la declaratoria de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad para el vallenato tradicional, el Festival de La Leyenda Vallenata como el evento folclórico más importante de la ciudad, debe prepararse para recibir y asistir las necesidades de una gran cantidad de visitantes.

El 89 %, de las personas encuestadas que asistieron a los eventos afirmó, que la ciudad sí está preparada para recibir a los turistas y solo el 11%, consideró que no. Asimismo, se identificó que uno de los motivos por el cual residentes y visitantes percibieron que la ciudad no está calificada para realizar este tipo de eventos, fue el alto precio de los productos y servicios ofrecidos, entre ellos, la boletería de los eventos, con el 45 %, y otro, la poca oferta hotelera, 28 %.

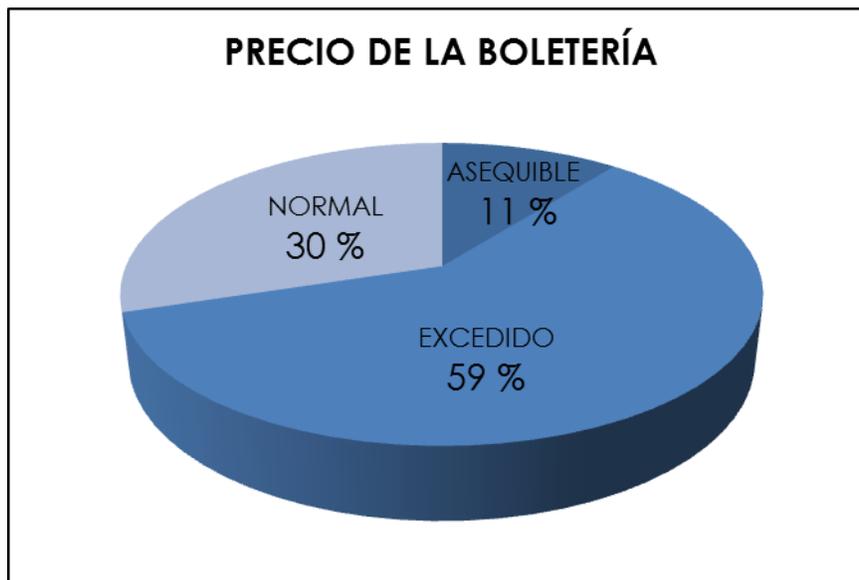


Este factor es muy importante a considerar a por parte de los organizadores, que podrían ver como el Festival pierde

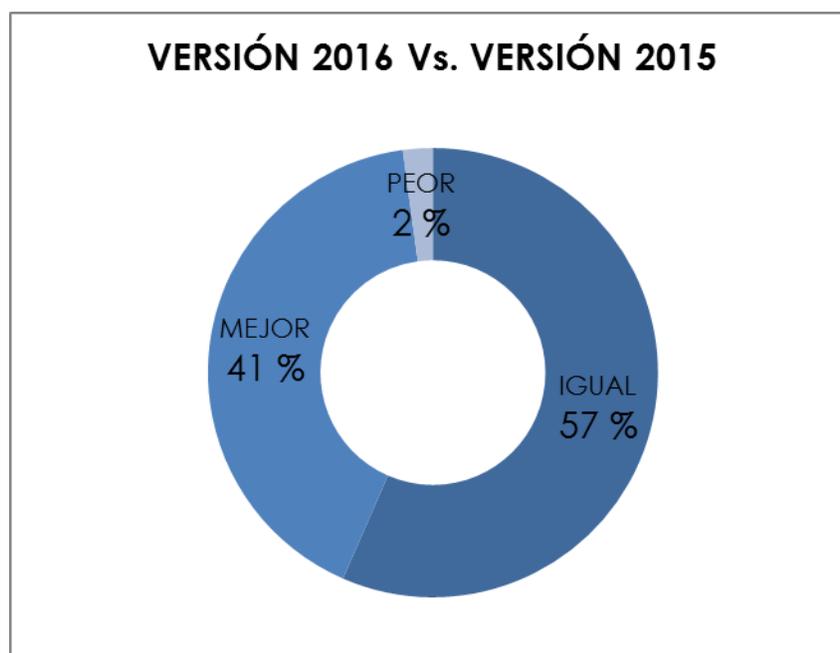


afluencia, debido a los altos costos que conlleva asistir a este. El 59 % manifiesta su **inconformidad con el precio de la boletería** para los eventos, considerándolo alto o excedido, lo que restringe que haya participación de personas de todas las clases sociales; al 11 % le parecen asequibles y al 30 % cree que el precio es normal respecto a la calidad de espectáculo que se brinda.

El 59 % cree que el precio de la boletería es excedido.



Por otro lado, los turistas que asistieron a la versión anterior del Festival, dieron su apreciación sobre la calidad de ambas. Solo el 2 % aseguró que la actual versión fue peor que la del 2015, y el 41 % la consideró mejor, lo que muestra que la organización del evento está en constante mejora, satisfaciendo a los espectadores en cuanto a los concursos y los artistas internacionales que contratan para los espectáculos musicales.



El éxito de la versión 49 del Festival de la Leyenda Vallenata lo ratifica el **94 % de los encuestados que afirman que este cumplió o superó sus expectativas**, y se van satisfechos con la oferta cultural, gastronómica, y con el nivel de los eventos realizados, que son de talla internacional. Además, todos los turistas abordados visitarían nuevamente la ciudad en otra época distinta a la de Festival, y asimismo, recomendarían a sus conocidos hacerlo.

