



Cámara de Comercio de  
**MAGANGUÉ**



GOBERNACIÓN  
DE **BOLÍVAR**

Comisión Regional  
de Competitividad  
e Innovación de  
Cartagena y Bolívar



# EFECTO ECONÓMICO DEL FESTIVAL DE JAZZ DE MOMPOX





**TEJIENDO  
PROGRESO EN  
BOLÍVAR**



Cámara de Comercio de  
**MAGANGUÉ**



GOBERNACIÓN  
DE **BOLÍVAR**

## FECHA PUBLICACIÓN

9 de diciembre de 2025

ISSN: 2745-1755 (En línea)

## EDITORES

Stefannía García Lacouture  
Jefe de Investigaciones Económicas

José Alfonso Sáenz- Zapata  
Coordinador de Investigaciones

## INVESTIGADORES

Geraldine Ramos Romero  
Mónica Cristina Pineda Arroyo  
Hassam David Castilla Atencio

## DISEÑO

Olga Camargo Bocanegra  
Maritza Buelvas Durán

## DISEÑO DE MAPAS

Rafeal Rodgers Romero

@camaracartagena Cámara de Comercio de Cartagena

Cámara de Comercio de Cartagena

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

Manga, Edificio Seaport 3 calle 28 #27-23

Comisión Regional  
de Competitividad  
e Innovación de  
**Cartagena y Bolívar**



## ALIADOS

Roxana Milena López Fernández  
Directora de Competitividad - Gobernación de Bolívar

Astrid Carolina Utria Payares  
Asesora externa de la Dirección de Competitividad - Gobernación de Bolívar

David Briñez de León  
Presidente Ejecutivo - Cámara de Comercio de Magangué

## EQUIPO ENCUESTADOR

Roxana Farid Ricardo Ternera Klever  
Celso David Alvarado Romero  
Karen Inés Cadena Hernández  
Juan Carlos Ospino  
Arleth Valdeblanquez  
Jesús Freile Paternina  
José Luis Doria  
Yendris Rolón

Esta publicación se hace posible gracias al apoyo de:

©Cámara de Comercio de Cartagena  
Contacto: [cedec@cccartagena.org.co](mailto:cedec@cccartagena.org.co)



Cámara de Comercio de  
**MAGANGUÉ**



GOBERNACIÓN  
DE **BOLÍVAR**

Comisión Regional  
de Competitividad  
e Innovación de  
**Cartagena y Bolívar**



## CONTENIDO

.....	4
1.1	Análisis cuantitativo de la oferta del Festival de Jazz..... 9
1.1.1	Metodología de la medición de oferta comercial local en Mompox 11
1.1.2	Resultados de la medición de oferta comercial ..... 14
1.1.2.1	Indicadores hoteleros ..... 14
1.1.2.2	Nivel de ventas y resultado del período.....15
1.1.2.3	Nivel de empleo ..... 20
1.1.2.4	Percepción sobre la atracción de clientes .....23
1.1.2.5	Dificultades logísticas y de abastecimiento .....25
1.1.2.6	Otros indicadores de percepción y satisfacción ..... 26
1.1.2.7	Ingresos percibidos durante los eventos del Festival del Jazz... 28
1.1.2.8	Recomendaciones y oportunidades de mejora según los establecimientos..... 29
1.2	Análisis cuantitativo de la demanda del Festival de Jazz..... 30
1.2.1	Metodología de la medición de la demanda de los visitantes durante el Festival de Jazz en Mompox .....31
1.2.2	Resultados de la medición de oferta comercial .....35
1.2.2.1	Perfil de los visitantes.....35
1.2.2.2	Medios de transporte, estadía y motivo del viaje .....40
1.2.2.3	Tipo de vinculación al evento, compañía y financiación ..... 42
1.2.2.4	Apropiación del evento, percepción y satisfacción de los asistentes..... 45
1.2.2.5	Recomendaciones y oportunidades de mejora según los asistentes.....48
1.2.2.6	Gastos realizados por los visitantes e impacto económico .....51
1.3	Análisis cualitativo del Festival de Jazz de Mompox..... 56
1.3.1	Metodología de la medición cualitativa local en Mompox..... 56

1.3.2	Resultados de la medición cualitativa de la percepción ciudadana	57
1.3.2.1	Núcleo semántico principal: “manillas – evento – organización”	58
1.3.2.2	Subred de movilidad y acceso: “mejorar – movilidad – acceso – organización”	59
1.3.2.3	Subred de orden y capacidad de carga: “evento – pueblo – desorden – mucho”	60
1.3.2.4	Subred de valoración positiva e institucionalidad: “bueno – excelente – tema – gobernador – personal”	60
1.3.2.5	Subred cultural: “conciertos – jazz – artistas – comunidad”	61
1.3.2.6	Recomendaciones y oportunidades de mejora según la percepción ciudadana	63
	Conclusiones	66
	Bibliografía	67

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Distribución de oferta empresarial en Mompox por actividades económicas .....	10
Gráfico 2. Distribución de oferta empresarial turística en Mompox .....	11
Gráfico 3. Distribución de la población encuestada por actividades económicas .....	13
Gráfico 4. Distribución de establecimientos de alojamiento encuestados .....	14
Gráfico 5. Variación porcentual en el nivel total de ventas de los establecimientos .....	16
Gráfico 6. Variación porcentual en el nivel total de ventas por actividad económica .....	17
Gráfico 7. Variación porcentual en el nivel total de empleo de los establecimientos .....	21
Gráfico 8. Variación porcentual en el nivel de empleo por actividad económica .....	21
Gráfico 9. Número de empleos adicionales generados por establecimiento durante el FestiJazz .....	22
Gráfico 10. Efecto del FestiJazz en la atracción de clientes potenciales .....	23
Gráfico 11. Efecto del FestiJazz en la atracción de clientes según procedencia .....	24
Gráfico 12. Nivel de satisfacción de los establecimientos durante el FestiJazz .....	27
Gráfico 13. Percepción del nivel de ventas generadas por los establecimientos durante el FestiJazz .....	27
Gráfico 14. Efecto del FestiJazz en la visibilidad de los negocios .....	28
Gráfico 15. Efecto del FestiJazz en la visibilidad de los negocios .....	29
Gráfico 16. Distribución porcentual de visitantes por grupos etarios .....	35
Gráfico 17. Distribución porcentual de visitantes por grupos etarios .....	36
Gráfico 18. Distribución porcentual de visitantes por ocupación .....	37
Gráfico 19. Distribución porcentual de visitantes que se reconocen como población vulnerable .....	38
Gráfico 20. Distribución porcentual de visitantes según procedencia .....	38
Gráfico 21. Motivos de viaje de los visitantes .....	40
Gráfico 22. Duración de estadía en Mompox .....	41
Gráfico 23. Tipos de alojamiento .....	42
Gráfico 24. Fuentes de financiación de los asistentes al FestiJazz .....	43
Gráfico 25. Número de acompañantes de la población encuestada durante el FestiJazz .....	44
Gráfico 26. Tipos de acompañantes .....	45
Gráfico 27. Canales de difusión .....	46
Gráfico 28. Nivel de satisfacción de los asistentes al FestiJazz .....	47
Gráfico 29. Percepción de los asistentes sobre el FestiJazz .....	48
Gráfico 30. Gasto promedio diario de los asistentes por rubros .....	53
Gráfico 31. Efecto económico total del Festijazz .....	55

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución muestral establecimientos formales .....	12
Tabla 2. Distribución muestral establecimientos informales .....	13

Tabla 3. Ocupación hotelera según tipo de alojamiento en el centro de Mompox .....	15
Tabla 4. Tarifa promedio según tipo de alojamiento en el centro de Mompox.....	15
Tabla 5. Variación total en el nivel de ventas por actividad económica.....	17
Tabla 6. Nivel de ventas por actividad económica durante el FestiJazz.....	18
Tabla 7. Nivel promedio de ventas por actividad económica durante el FestiJazz.....	19
Tabla 8. Nivel promedio de empleo adicional generado por actividad económica durante el FestiJazz .....	22
Tabla 9. Distribución muestral por aforo de visitantes a eventos del FestiJazz.....	31
Tabla 10. Efecto económico directo del FestiJazz por actividades económicas.....	52
Tabla 11. Efecto económico indirecto del FestiJazz por actividades económicas.....	54
Tabla 12. Efecto económico inducido neto del FestiJazz por actividades económicas .....	54
Tabla 13. Efecto económico total del Festijazz por actividad económica .....	55
Tabla 14. Síntesis análisis de similitud por ejes semánticos.....	62

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Resultado del período de los establecimientos durante el FestiJazz .....	20
Ilustración 2. Perfil del cliente según magnitud del gasto realizado en compras de productos .....	24
Ilustración 3. Problemáticas en la cadena de suministros de los establecimientos durante el FestiJazz .....	25
Ilustración 4. Problemáticas de logística en la prestación del servicio de los establecimientos durante el FestiJazz.....	26
Ilustración 5. Distribución porcentual de visitantes nacionales según departamento .....	39
Ilustración 6. Medios de transporte utilizados para llegar a Mompox .....	41
Ilustración 7. Tipo de vinculación de los visitantes al FestiJazz.....	43
Ilustración 8. Análisis de similitud de respuestas sobre oportunidades de mejora del FestiJazz .....	57

## INTRODUCCIÓN

El Festival de Jazz de Mompox surge como un tributo a la música y la historia de este municipio, se ha consolidado como uno de los eventos más importantes del departamento de Bolívar y uno de los referentes musicales más representativos del Caribe colombiano. El festival ha crecido en trayectoria nacional e internacional durante los últimos años y promueve no sólo la enseñanza y representación artística sino también la integración social y la preservación de la identidad cultural, lo cual ha atraído diversos visitantes de todo el país y del extranjero, dinamizando el turismo y la economía de este pueblo mágico de calles coloniales, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Por este motivo, la siguiente investigación tiene por objeto evaluar el efecto económico del Festival de Jazz celebrado en el municipio de Santa Cruz de Mompox durante los días 17 y 20 de septiembre de 2025, llevado a cabo en distintas locaciones del centro histórico y las plazas más emblemáticas del municipio. El evento contó con diversos artistas nacionales y locales que fusionaron el jazz con ritmos del folclore colombiano como cumbia, porro, vallenato y bullerengue y otros géneros musicales como la salsa, el pop-rock latino, boleros y música popular.

La medición del efecto económico del FestiJazz se realizó desde el enfoque de la oferta y la demanda analizadas de forma cuantitativa y cualitativa a partir de encuestas a una muestra representativa de los establecimientos y los visitantes a los distintos eventos de la agenda. Desde la oferta se indagó por los efectos del FestiJazz en el empleo, las ventas y la ocupación hotelera en establecimientos formales e informales; por su parte, desde la demanda se estimó el gasto promedio de los visitantes por rubros, identificando el perfil de los asistentes. En ambos casos se profundizó en las actividades económicas relacionadas con el turismo de eventos, tales como alojamiento, servicios de comida, transporte, comercio y actividades recreativas.

Asimismo, se utilizó la matriz insumo producto para conocer el efecto multiplicador del festival en la economía local y se evaluó el nivel de satisfacción de la población asistente local y foránea con el fin de plantear acciones de mejora o lineamientos en la planificación y ejecución de futuras versiones del Festival. El documento está dividido en tres secciones que muestran la metodología, los principales hallazgos encontrados y las recomendaciones derivadas del estudio desde los enfoques mencionados.

## EFECTO ECONÓMICO DEL FESTIVAL DE JAZZ EN MOMPOX – BOLÍVAR

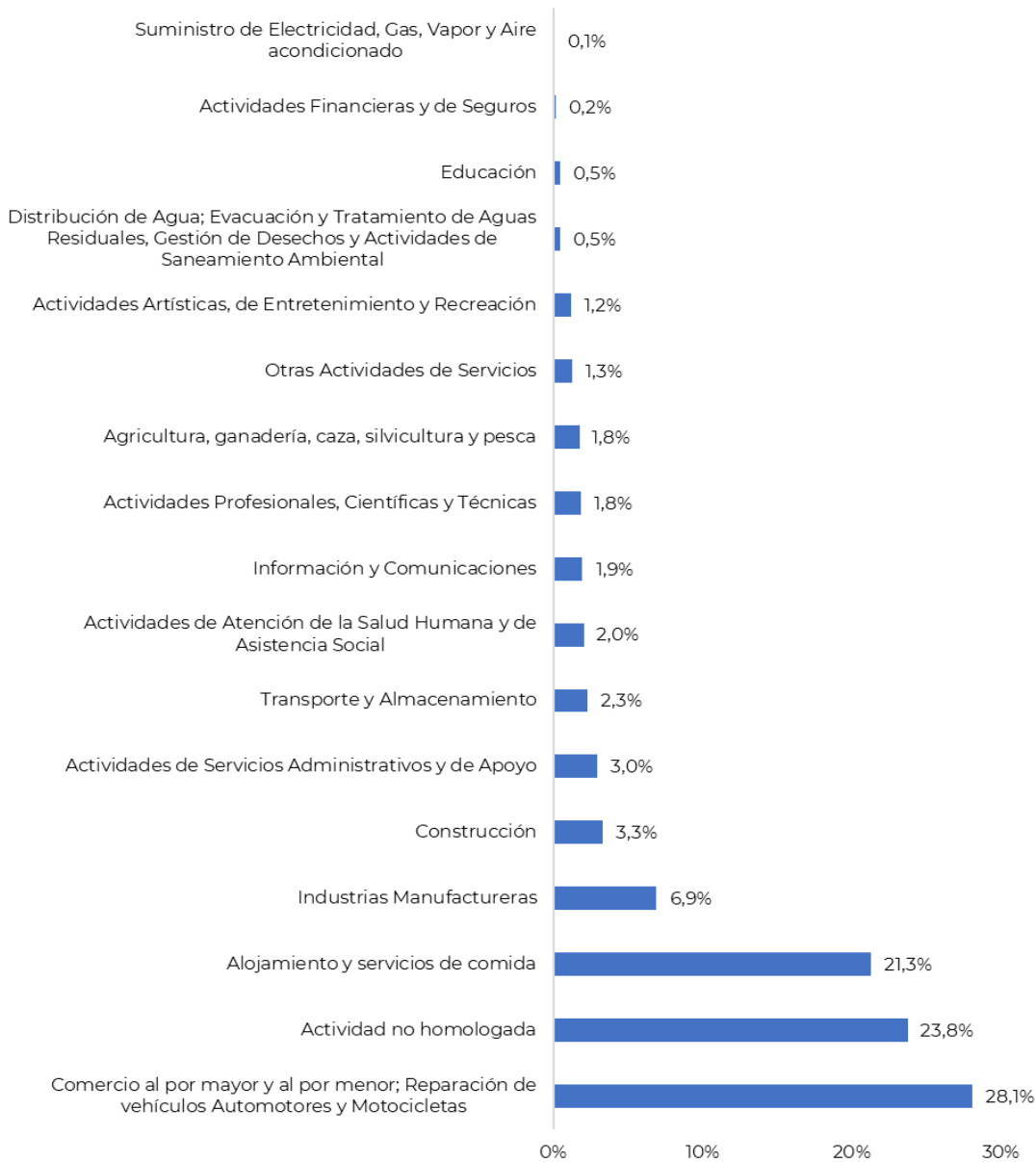
### 1.1 Análisis cuantitativo de la oferta del Festival de Jazz

En esta sección se analizó la base de datos del Registro Mercantil del municipio de Mompox, realizando un énfasis en las principales actividades económicas relacionadas con el Festival de Jazz, tales como alojamiento, servicios de comidas y bebidas y establecimientos de comercio entre otras actividades turísticas del municipio, con el fin de identificar y analizar el impacto económico del Festival de Jazz de Mompox 2025 sobre la oferta comercial local. En primer lugar, se realizó una caracterización de la economía del territorio y posteriormente se aplicaron encuestas a una muestra representativa del tejido empresarial para conocer su percepción y su efecto en la dinámica de ventas.

De 1.084 unidades productivas activas en Mompox, 536 (49,4%) desarrollan actividades de comercio, alojamiento y servicios de comida, donde se concentra el núcleo del turismo, seguido de un 15,5% conformado por industria, construcción, servicios y transporte y otro 8,5% que agrupa actividades de información y comunicaciones; actividades profesionales, científicas y técnicas; agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; y, actividades artísticas, de entretenimiento y recreación; las cuales también son impulsadas por el turismo y a su vez brindan apoyo a este.

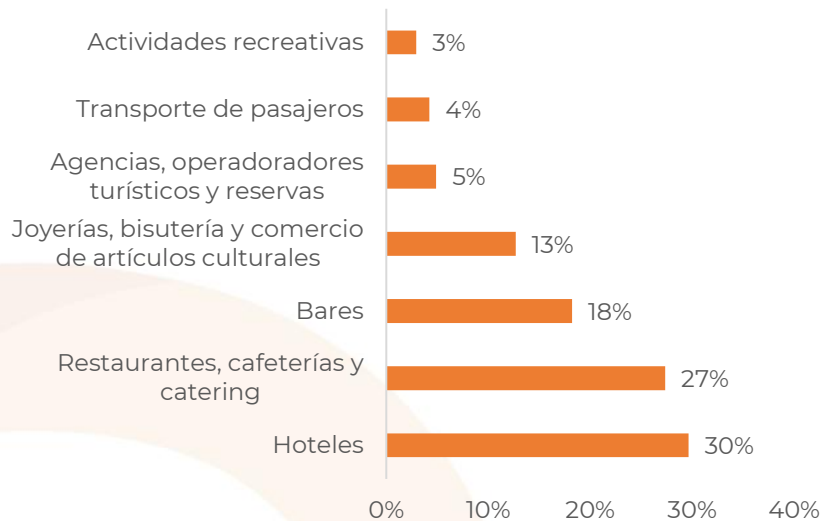
Dentro del núcleo del sector turístico, el 30% corresponde a hoteles, el 27% a restaurantes, cafeterías y catering, el 18% a bares, el 13% a joyerías, bisutería y comercio de artículos culturales, siendo Mompox ampliamente reconocido por sus accesorios de filigrana y el 12% restante distribuido de agencias de viajes y operadores turísticos, transporte de pasajeros por distintas vías y actividades de recreación, espectáculos de música, convenciones, parques temáticos y eventos. Estas unidades productivas se clasifican como microempresas, generan un total de 468 empleos y aportan \$3,95 mil millones en activos a la economía local.

Gráfico 1. Distribución de oferta empresarial en Mompox por actividades económicas



Fuente: Elaboración propia con base en Registro Mercantil

Gráfico 2. Distribución de oferta empresarial turística en Mompox



Fuente: Elaboración propia con base en Registro Mercantil

### 1.1.1 Metodología de la medición de oferta comercial local en Mompox

Para esta medición se trabajó con la relación total de establecimientos mercantiles activos, matriculados y renovados a corte de 2024 y 2025 ubicados dentro del área de estudio o zona de influencia del evento y pertenecientes a las actividades económicas de restaurantes y gastrobares, alojamiento, y artesanías o joyerías, de acuerdo con la información proporcionada por la Cámara de Comercio de Magangué. Posteriormente se realizó un muestreo aleatorio simple con un nivel de significancia del 95% y un error del 5%, de tal manera que se obtuviera una muestra representativa por actividad económica, a las cuales se levantó un operativo de campo a partir de la aplicación de una encuesta de percepción a los establecimientos locales, con el fin de conocer sus opiniones, niveles de participación y efectos del evento en la dinámica económica del municipio.

Cabe resaltar que se priorizaron, los establecimientos cuyo domicilio principal se ubicara en el centro histórico del municipio, ya que en esta zona se desarrolló toda la agenda del Festival de Jazz; por su parte también se encuestaron sólo aquellas unidades productivas con un local fijo o “emplazado” con matrícula mercantil vigente o activa y con anuncios reconocibles e identificables al público. De tal forma que se excluyeron empresas informales, inactivas o no renovadas y/o aquellas que se

desempeñan como persona natural con negocio localizado en su vivienda y sin anuncios o tableros.

La fórmula del muestreo aleatorio simple que se empleó fue:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 p(1-p)N}{Ne^2 + Z_{\alpha/2}^2 p(1-p)} \quad [1]$$

Donde,

$Z_{\alpha/2}^2$ : Es el valor típico de una distribución normal para un nivel de confianza  $(1 - \alpha)$  elevado al cuadrado

$p$ : es la proporción de éxito, se asumió un valor de 50%

$e^2$ : Es el error deseado.

La muestra estuvo compuesta por 202 establecimientos, la mayor participación correspondió a hospedaje o alojamiento con una cobertura de 95,1% respecto a la población total, seguido de los restaurantes y gastrobares, con una cobertura del 93,4%, y finalmente, artesanías y joyerías con el 90,9%.

*Tabla 1. Distribución muestral establecimientos formales*

Actividad económica	No. Total de establecimientos (N)	Muestra representativa	Encuestas aplicadas (n)	Cobertura (%)
Restaurantes y gastrobares	91	75	85	93,4%
Hospedaje o Alojamiento	81	68	77	95,1%
Artesanías y Joyerías	44	41	40	90,9%
<b>Total general</b>	<b>216</b>	<b>184</b>	<b>202</b>	<b>85,2%</b>

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Adicionalmente, se llevaron a cabo 65 encuestas complementarias<sup>1</sup> por muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando la disposición y accesibilidad de los comerciantes que desarrollaban otras actividades económicas presentes durante el evento de carácter informal. Del total de la población encuestada, el 22,8% no contaba con matrícula mercantil y 32,2% no tenía Registro Nacional del Turismo. Entre las actividades informales se incluyeron puestos móviles tales como ventas de alimentos preparados, vinos y licores artesanales, queso de capa, comercio al detal de productos varios

<sup>1</sup> Cabe resaltar que esta cantidad no equivale a una muestra representativa de los subsectores sino a un sondeo con el fin de capturar información complementaria sobre los beneficios percibidos por este grupo de personas que también se favorecen del festival.

como fritos, jugos, raspaos, algodón de azúcar, snacks etc, y transporte local (mototaxis y carromotos) y con el fin de ampliar la comprensión del impacto general sobre la dinámica comercial y turística local.

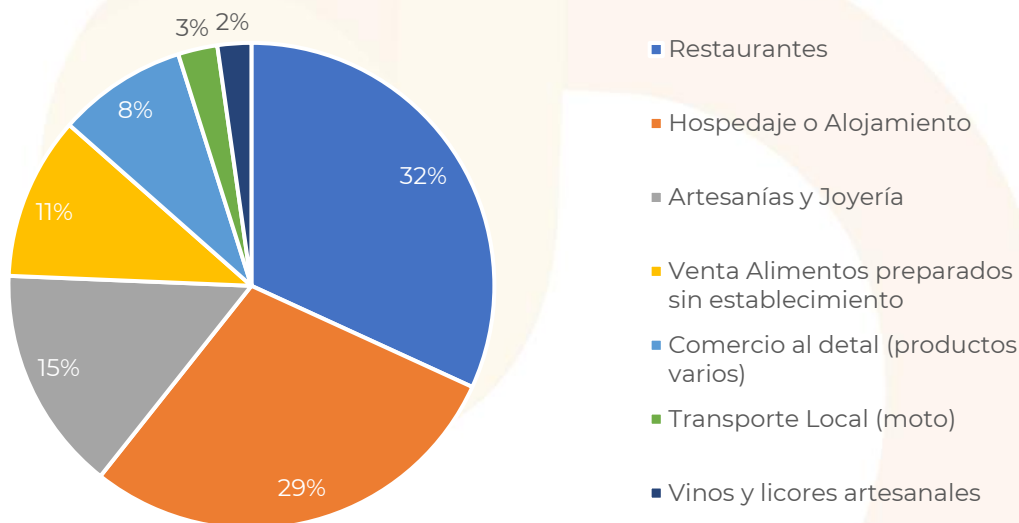
Tabla 2. Distribución muestral establecimientos informales

Actividad económica	Encuestas aplicadas
Venta de alimentos preparados sin establecimiento	29
Comercio al detal (productos varios)	23
Transporte Local (mototaxis y motocarros)	7
Venta de vinos y licores artesanales en puestos móviles	6
<b>Total</b>	<b>65</b>

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

En total, se aplicaron 267 encuestas de manera presencial y mediante formulario digital. El 31,8% de los encuestados pertenece a restaurantes y/o establecimientos de comidas y bebidas, mientras que otro 28,8% se dedica a hospedaje o alojamiento. El 15% de los encuestados se dedica a la venta de productos artesanales, seguido de un 10,9% dedicado a la venta de alimentos preparados sin establecimiento; por otro lado, el 8,6% representa el comercio de distintos productos al detal, 2,6% al transporte local y un 2,2% a la venta de vinos y licores artesanales.

Gráfico 3. Distribución de la población encuestada por actividades económicas



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

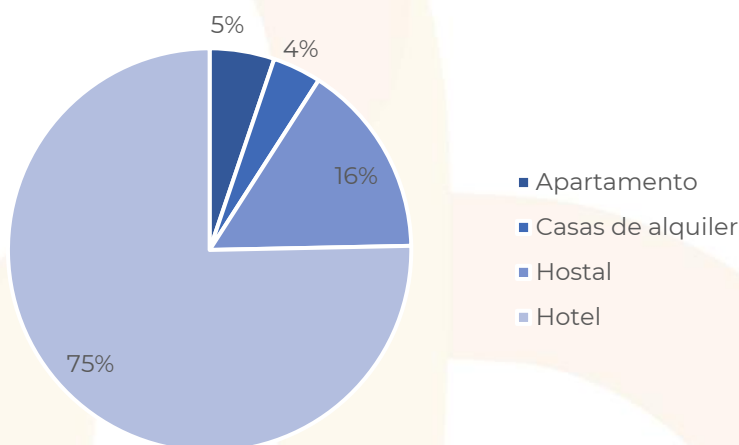
Finalmente, se realizó un censo a los 38 puestos de ventas ubicados en los eventos del Festival del Jazz destinado al comercio, tales como la Feria Artesanal y Gastronómica Malibú, el Festival del Frito Momposino y la Exposición Fotográfica “Entre el río y el mar, patrimonio de frente”, con el objetivo de conocer su reporte de ingresos durante los dos días que tuvieron lugar en la agenda del festival

## 1.1.2 Resultados de la medición de oferta comercial

### 1.1.2.1 Indicadores hoteleros

Por actividad económica, se analizó la ocupación hotelera en los establecimientos de alojamiento. Del total encuestado, el 75,3% correspondió a hoteles, le siguen los hostales con un 15,6%, mientras que los apartamentos (5,2%) y casas de alquiler (3,9%) abarcan una oferta más reducida.

Gráfico 4. Distribución de establecimientos de alojamiento encuestados



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Respecto al nivel de ocupación, los apartamentos, casas de alquiler y hostales alcanzaron una ocupación del 100%, lo que refleja una demanda total en estos tipos de alojamiento durante el evento. Los hoteles, aunque presentaron una ocupación ligeramente menor (95,9%), lograron ocupar la mayoría de las camas disponibles, lo que demuestra una alta tasa de utilización de la oferta de alojamiento formal. En conjunto, la ocupación total alcanzó el 96,5%, evidenciando una plena capacidad turística durante el festival.

Tabla 3. Ocupación hotelera según tipo de alojamiento en el centro de Mompox

Tipo Alojamiento	Camas Disponibles	Camas Ocupadas	TO %
Apartamento	23	23	100,0%
Casas de alquiler	19	19	100,0%
Hostal	159	159	100,0%
Hotel	1.116	1.070	95,9%
<b>Total</b>	<b>1.317</b>	<b>1.271</b>	<b>96,5%</b>

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Por otra parte, se calculó la tarifa promedio general tomando el valor total recaudado en ingresos por los establecimientos de alojamiento durante los cuatro días del festival (del jueves 18 de septiembre al domingo 21 de septiembre) y dividiéndolo entre el número total de camas disponibles en todos los tipos de hospedaje, para luego promediar los valores obtenidos entre todos los participantes.

Los resultados muestran que los hoteles registraron una tarifa promedio de \$200.638, seguidos por los hostales (\$200.191), los apartamentos (\$206.721) y las casas de alquiler (\$178.571). Aunque las diferencias entre categorías son mínimas, la tarifa promedio general alcanzó los \$196.530, lo que refleja una estabilidad en los precios coherente con la alta demanda de hospedaje observada en todos los tipos de alojamiento durante el festival.

Tabla 4. Tarifa promedio según tipo de alojamiento en el centro de Mompox

Tipo de alojamiento	Tarifa promedio
Apartamento	\$ 206.721
Casas de alquiler	\$ 178.571
Hostal	\$ 200.191
Hotel	\$ 200.638
<b>Tarifa Promedio Total</b>	<b>\$ 196.530</b>

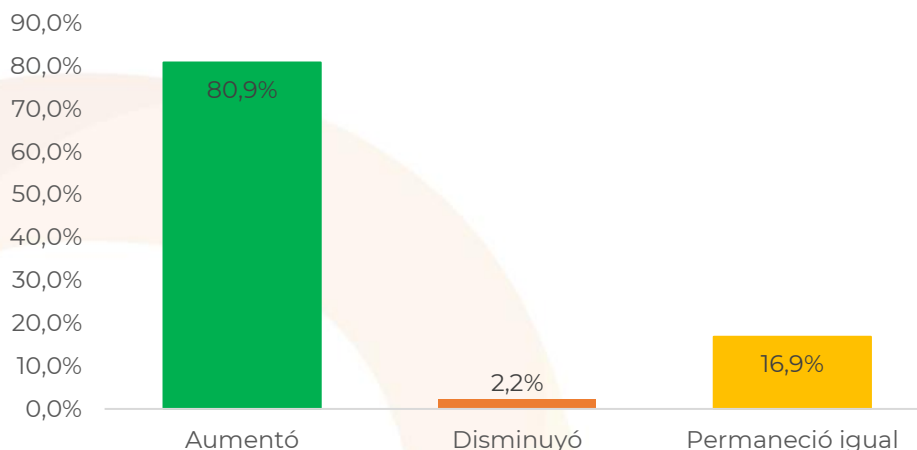
Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### 1.1.2.2 Nivel de ventas y resultado del período

El 80,9% de los encuestados informó que sus ventas aumentaron como resultado del Festival de Jazz, lo que evidencia un impacto positivo y significativo en la economía local. El 16,9% de los encuestados indicó que sus

ventas permanecieron estables, es decir no experimentaron un crecimiento, tampoco sufrieron pérdidas. En contraste, el 2,2% restante de los encuestados informó que sus ventas disminuyeron, atribuida principalmente a factores como la falta de personal, la baja afluencia de público en ciertas zonas del municipio y la ausencia de actividades cercanas que incentivarán el consumo.

Gráfico 5. Variación porcentual en el nivel total de ventas de los establecimientos



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

El Festival de Jazz generó un impacto económico altamente positivo, reflejado en que el 80,9% de los establecimientos reportó un aumento en sus ventas. Este resultado evidencia la capacidad del evento para dinamizar la economía local y fortalecer la actividad comercial en el municipio, principalmente en los segmentos de alojamiento, gastronomía y movilidad. Los subsectores con mayor efecto favorable fueron alojamiento, transporte local y venta de vinos y licores artesanales ya que todos los establecimientos encuestados manifestaron un incremento en su nivel de ventas, seguido se destacaron los comerciantes de alimentos preparados tanto aquellos que disponían de un restaurante (82,4%), como aquellos que no contaban con un establecimiento (93,1%).

Cabe resaltar que el 74% de los encuestados manifestó un aumento en su nivel de ventas entre el 30% y el 70%, en tanto que un 3% experimentó un incremento superior al 90%. Lo anterior evidencia que las actividades con vinculadas directamente con el turismo fueron las más beneficiadas.

En segundo lugar, las actividades del comercio detallista, las artesanías, joyerías y bisuterías mostraron un buen dinamismo económico ya que el 39,1%

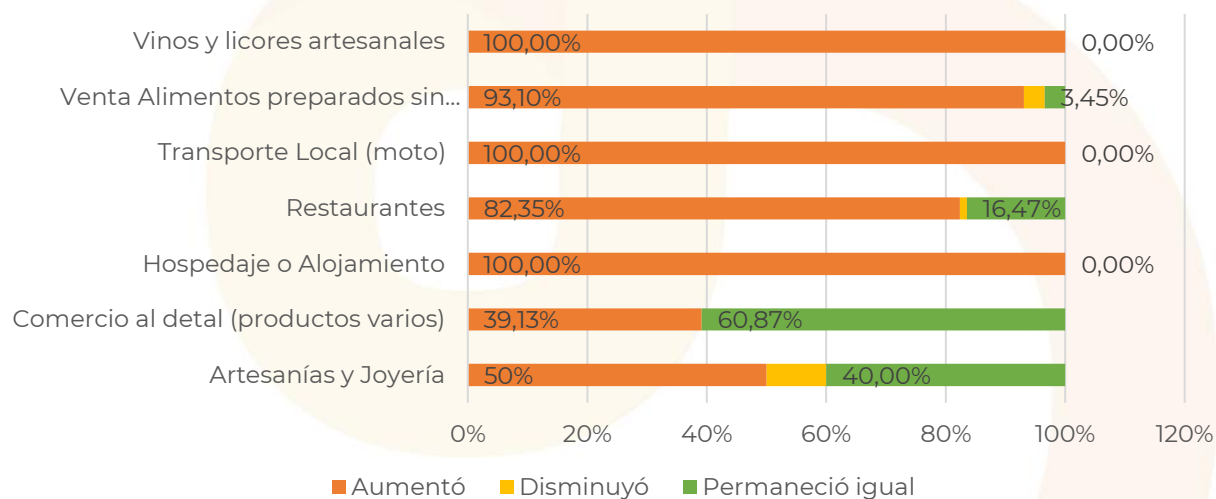
y 50% respectivamente reportaron un crecimiento en sus ventas, lo cual indica un efecto multiplicador indirecto del turismo sobre estas actividades que son impulsadas por una mayor afluencia de visitantes y un aumento del consumo durante los días del evento.

Tabla 5. Variación total en el nivel de ventas por actividad económica

Actividad económica	Aumentó		Disminuyó		Permaneció igual		Total Cantidad
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	
Artesanías y Joyería	20	50%	4	10,00%	16	40,00 %	40
Comercio al detal (productos varios)	9	39,13%		0,00%	14	60,87%	23
Hospedaje o Alojamiento	77	100,00%		0,00%		0,00%	77
Restaurantes	70	82,35%	1	1,18%	14	16,47%	85
Transporte Local (moto)	7	100,00%		0,00%		0,00%	7
Venta Alimentos preparados sin establecimiento	27	93,10%	1	3,45%	1	3,45%	29
Vinos y licores artesanales	6	100,00%		0,00%		0,00%	6
<b>Total general</b>	<b>216</b>	<b>80,90%</b>	<b>6</b>	<b>2,20%</b>	<b>45</b>	<b>16,90%</b>	<b>267</b>

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Gráfico 6. Variación porcentual en el nivel total de ventas por actividad económica



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Un 16,9% de los establecimientos mantuvo estables sus ventas, esto representa el 60,9% del comercio, el 40% de las joyerías y el 16,5% de los restaurantes que no mostraron cambios en su nivel de ventas, lo que indica una posible menor dependencia del flujo turístico generado por el festival, manteniendo sus niveles habituales de consumo y de ingresos.

En contraste, solo el 2,2% de los encuestados manifestó una disminución en sus ventas, en su gran mayoría inferior al 10%, lo que representa un porcentaje mínimo frente al total de la oferta comercial. Los establecimientos más afectados fueron: Ambrosía restaurante bar, Filigrana Mompox Kena, Joyería L&L, Joyería Posada y Taller la mano de Mompox. Cabe resaltar que el efecto negativo no fue marginal, más se pueden considerar como casos aislados, ya que los comerciantes atribuyen estos resultados a limitaciones operativas como escasez de personal empleado y la baja afluencia de personas en la zona debido a que no se realizaron actividades o presentaciones musicales cercanas que dinamizaran el entorno comercial, disminuyendo su acostumbrado consumo. Los propietarios señalaron que los escasos visitantes llegaron principalmente “de forma habitual o por recomendación de pobladores locales”.

Mediante la encuesta, se solicitó un reporte general del valor de las ventas durante los días del Festival de Jazz, como resultado se obtuvo el siguiente balance estimado de ventas para cada una de las actividades económicas. En total, se registró una estimación de \$1,96 mil millones<sup>2</sup>, de los cuales el 88% se concentró en las actividades de alojamiento y servicios de comida<sup>3</sup> que reportaron ventas por encima de los \$800 millones durante los 5 días de Festival, seguido de las joyerías con más de \$142 millones.

*Tabla 6. Nivel de ventas por actividad económica durante el FestiJazz*

Actividad económica	Reporte total de Ventas (en pesos \$)	Part. %
Artesanías y Joyería	\$ 142.850.070	7%
Comercio al detal (productos varios)	\$ 31.200.000	2%
Hospedaje o Alojamiento	\$ 922.900.000	47%

<sup>2</sup> Este valor total reportado no representa una estimación del impacto económico definitivo del Festival de Jazz en el municipio, sino corresponde a las cifras proporcionadas por los establecimientos que fueron visitados y encuestados durante el levantamiento de la información. Por tanto, los resultados reflejan una aproximación parcial basada en la muestra consultada.

<sup>3</sup> Estos valores no representan el total de los ingresos percibidos y no se pueden interpretar de forma general puesto que son proporcionales a la cantidad de los establecimientos encuestados.

Actividad económica	Reporte total de Ventas (en pesos \$)	Part. %
Restaurantes	\$ 804.850.000	41%
Transporte Local (moto)	\$ 5.470.000	0%
Venta Alimentos preparados sin establecimiento	\$ 24.190.000	1%
Vinos y licores artesanales	\$ 30.400.000	2%
<b>Total general</b>	<b>\$ 1.961.860.070</b>	

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

No obstante, el peso relativo en los ingresos percibidos cambia cuando se analiza el nivel promedio de ventas. En los primeros lugares, se mantienen las actividades de hospedaje y restaurantes, pero las joyerías bajan al cuarto lugar, al ser desplazado por el comercio de vinos y licores artesanales; ambas actividades ofrecen productos autóctonos que son reconocidos ampliamente en el municipio de Mompox.

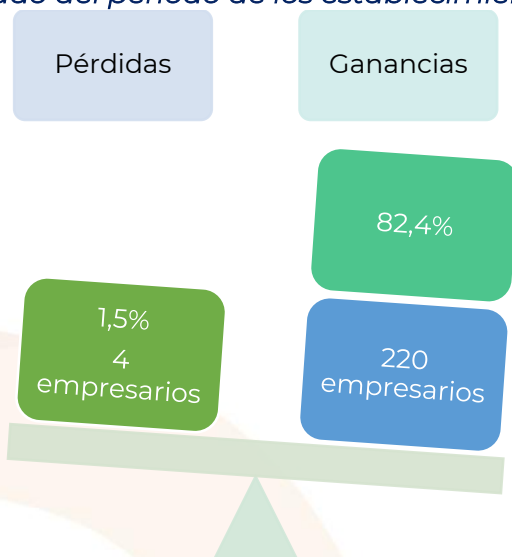
Tabla 7. Nivel promedio de ventas por actividad económica durante el FestiJazz

Actividad económica	Nivel promedio de ventas
Artesanías y Joyería	\$ 3.571.252
Comercio al detal (productos varios)	\$ 1.356.522
Hospedaje o Alojamiento	\$ 11.985.714
Restaurantes	\$ 9.468.824
Transporte Local (moto)	\$ 781.429
Venta Alimentos preparados sin establecimiento	\$ 834.138
Vinos y licores artesanales	\$ 5.066.666

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Adicionalmente, al nivel de ventas, el 82,4% de los comerciantes señalaron que el resultado del período arrojó un balance positivo, es decir que la mayoría obtuvo ganancias o utilidades netas; en cambio, un 1,5% experimentó pérdidas ya que no lograron recuperar la inversión, incluso algunos se endeudaron para comprar insumos y dotar sus negocios, pero no lograron vender la cantidad esperada debido al bajo consumo y el escaso flujo de clientes en algunas zonas.

Ilustración 1. Resultado del período de los establecimientos durante el FestiJazz



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### 1.1.2.3 Nivel de empleo

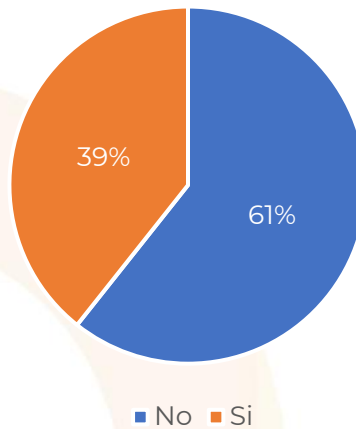
Durante los días en que se realizó el Festival de Jazz de Mompox, el 39% de los comerciantes encuestados contrató personal adicional, mientras que el 61% no tuvo la necesidad. Al analizar los resultados por actividad económica, se observa que los mayores niveles de contratación adicional se presentaron en vinos y licores artesanales (83%), hospedaje o alojamiento (62%) y restaurantes (52%), lo que evidencia que estos sectores fueron los más impactados por el aumento de la demanda durante el FestiJazz. En contraste, los sectores de transporte local (0%)<sup>4</sup>, venta de alimentos preparados sin establecimiento (3%), comercio al detal (4%) y artesanías y joyería (15%) mostraron poca o nula contratación de personal extra.

En general, los establecimientos comerciales reportaron la contratación adicional de 288 personas, reflejando una generación temporal de empleo derivada del evento. Los sectores con mayor número de contrataciones fueron restaurantes (160 personas) y hospedaje o alojamiento (106 personas), lo que evidencia un incremento significativo en la demanda de servicios gastronómicos y turísticos. En menor medida, se registraron contrataciones en artesanías y joyería (10 personas), vinos y licores artesanales (7 personas),

<sup>4</sup> Este resultado es evidente ya que sólo genera el autoempleo del propietario o persona que conduce el vehículo de transporte, por lo que el incremento en el número de pasajeros se traduce como mayor número de recorridos más no de personal requerido.

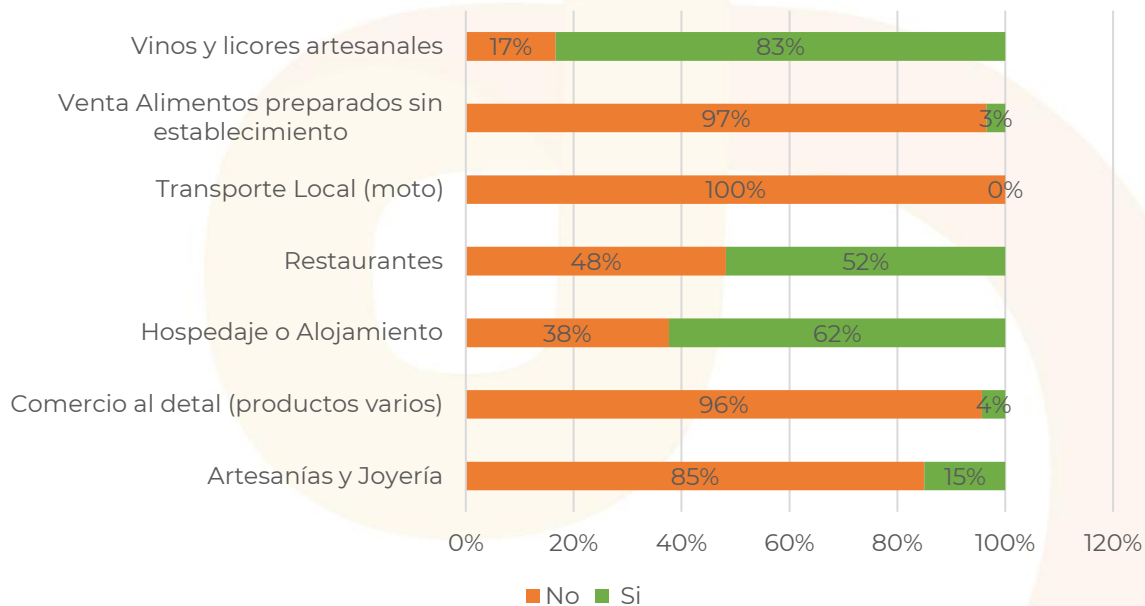
venta de alimentos preparados sin establecimiento (3 personas) y comercio al detal (2 personas). Estos resultados confirman que el festival no solo dinamizó las ventas, sino que también impulsó el empleo de modo temporal, especialmente en las actividades más vinculadas al turismo y la atención al visitante.

Gráfico 7. Variación porcentual en el nivel total de empleo de los establecimientos



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Gráfico 8. Variación porcentual en el nivel de empleo por actividad económica



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

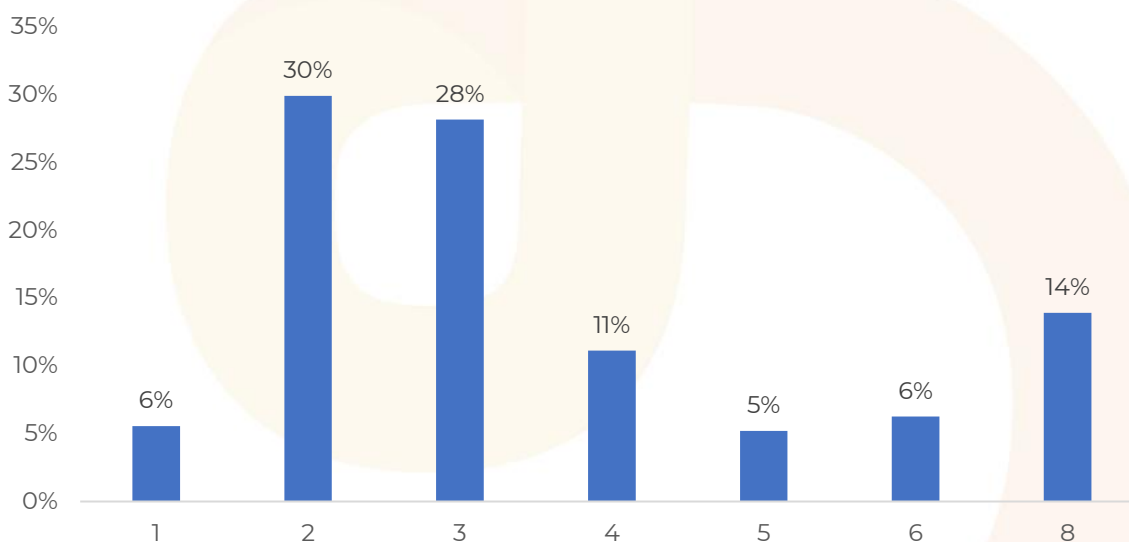
Tabla 8. Nivel promedio de empleo adicional generado por actividad económica durante el FestiJazz

Actividad económica	Empleados nuevos
Artesanías y Joyería	10
Comercio al detal (productos varios)	2
Hospedaje o Alojamiento	106
Restaurantes	160
Venta Alimentos preparados sin establecimiento	3
Vinos y licores artesanales	7
<b>Total general</b>	<b>288</b>

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Por establecimiento cada empleador contrató entre una y ocho personas extra, es decir que los encuestados no manifestaron requerir más de 10 empleados adicionales. El 30% de los empresarios contrataron a dos personas, el 28% contrató a 3 personas y alrededor del 80% de estos no requirió más de 5 empleados extra; mientras que el 20% necesitaron un mayor nivel de empleo para suplir el incremento de la demanda; un 14% de los establecimientos mercantiles se vieron obligados a contratar 8 personas adicionales.

Gráfico 9. Número de empleos adicionales generados por establecimiento durante el FestiJazz



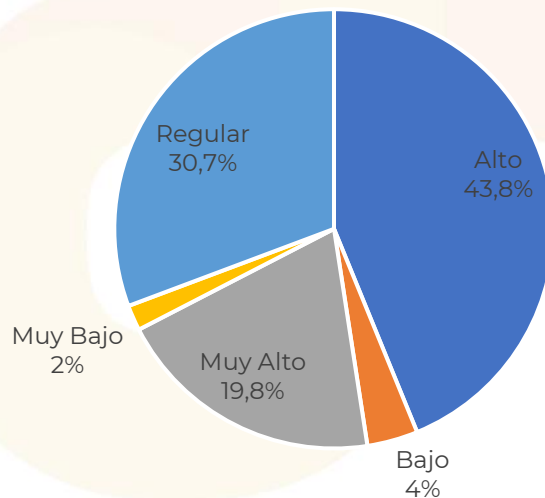
Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### 1.1.2.4 Percepción sobre la atracción de clientes

En cuanto a la atracción de posibles clientes, la percepción fue mayoritariamente positiva. El 43,8% de los encuestados calificó el flujo de visitantes como alto y el 19,8% como muy alto, lo que significa que más del 60% de los establecimientos percibió una afluencia considerable de público en la zona de los eventos. En cambio, un 30,7% lo consideró regular, mientras que solo un 5,6% reportó una asistencia baja y muy baja, lo que evidencia una movilización significativa de visitantes en la mayoría de los sectores comerciales.

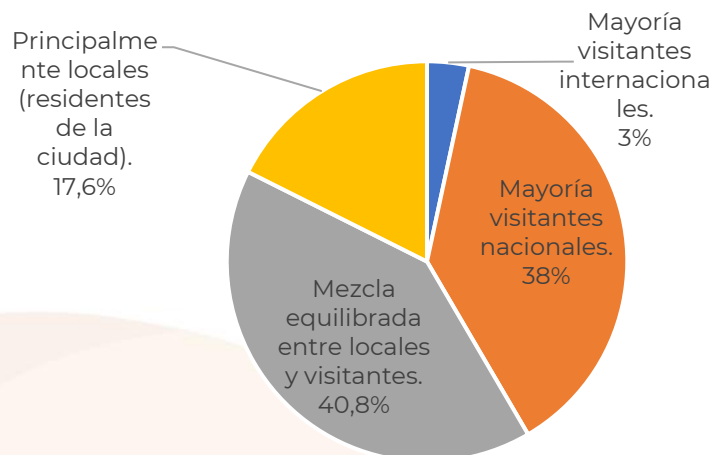
Igualmente, los establecimientos manifestaron que el tipo de clientes son en su gran mayoría colombianos residentes. El 40,8% indicó que atendió una mezcla equilibrada entre locales y visitantes nacionales y el 38,2% señaló la predominancia de visitantes nacionales, reflejando una alta participación del turismo interno. Solo el 17,6% reportó principalmente la afluencia de clientes locales y un 3,4% mencionó visitantes internacionales. Estos datos evidencian que el festival atrajo una diversidad de públicos dependiendo del tipo de producto ofrecido, fortaleciendo tanto la proyección turística de Mompox como la dinámica económica del comercio local.

Gráfico 10. Efecto del FestiJazz en la atracción de clientes potenciales



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

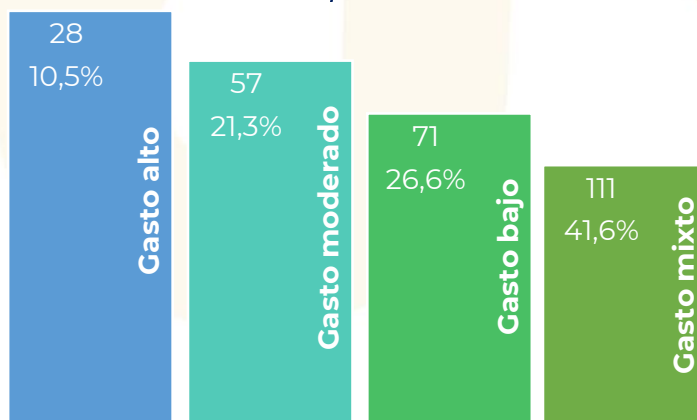
Gráfico 11. Efecto del FestiJazz en la atracción de clientes según procedencia



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

En lo referente al gasto realizado por los clientes, el 10,5% de los establecimientos describieron que sus compradores realizaron un gasto alto, ya que adquirieron productos de mayor valor o en gran cantidad, el 21,3% percibieron que entre sus clientes compraron productos de precio intermedio o en menor cantidad; mientras que el 26,6% señaló que sus clientes predominaron las compras pequeñas o un nivel de gasto bajo o enfocado en productos de poco valor. Por otro lado, el 41,6% de los establecimientos afirmó que su perfil de clientes fue diverso, es decir que recibieron visitantes que realizaron compras tanto de alto como de bajo valor.

Ilustración 2. Perfil del cliente según magnitud del gasto realizado en compras de productos

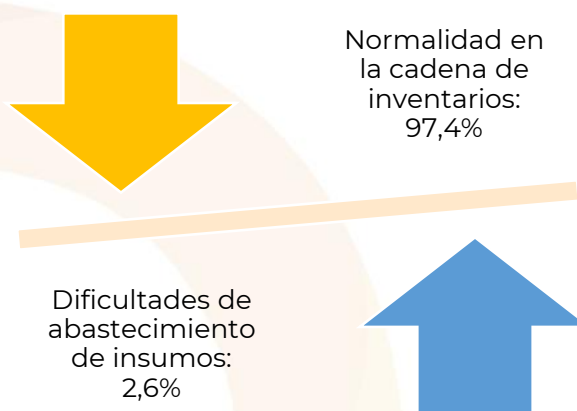


Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### 1.1.2.5 Dificultades logísticas y de abastecimiento

También se investigó por las problemáticas que presentaron los comerciantes, encontrando que sólo el 2,6% declararon dificultades de abastecimiento o sobrecarga en la prestación de servicios durante los días del festival comparado con el 97,4% que operaron con normalidad.

*Ilustración 3. Problemáticas en la cadena de suministros de los establecimientos durante el FestiJazz*

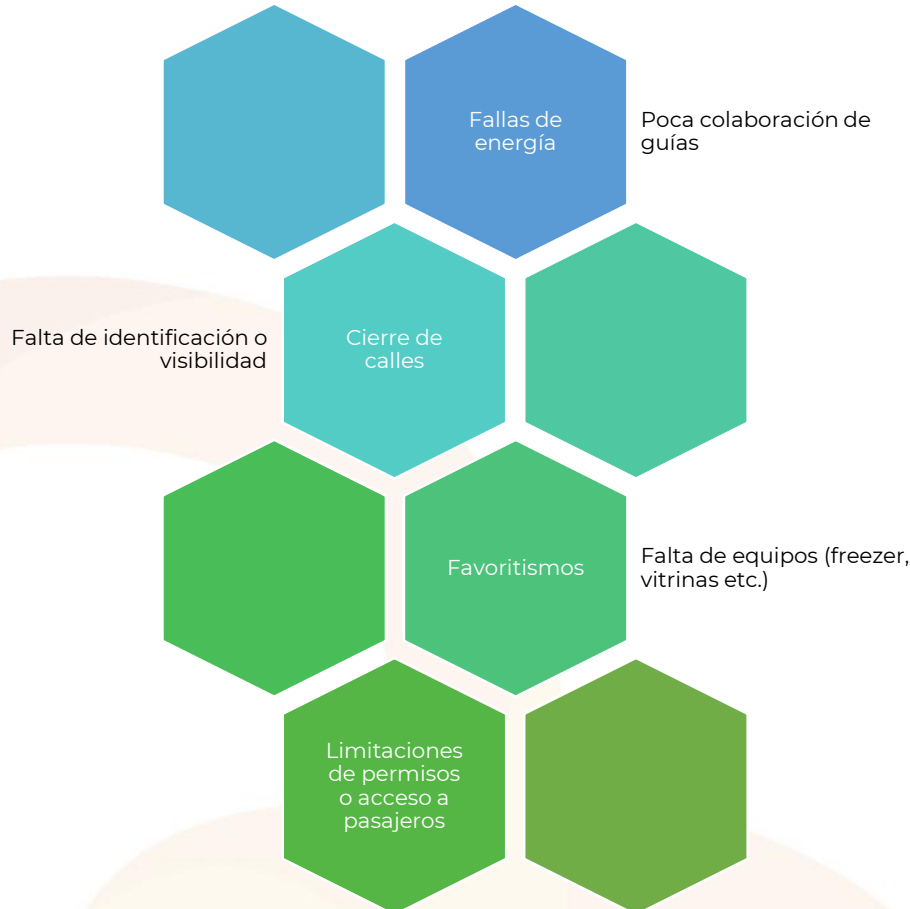


Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Entre los problemas logísticos, el 3,7% de los establecimientos alegó el cierre de las calles como un factor que entorpecía su operación y perjudicaba su nivel de ganancias, dos establecimientos presentaron fallas en la energía eléctrica afectando sus electrodomésticos de refrigeración, una joyería manifestó que en la prestación de su servicio se hace necesario contar con una vitrina para exposición al público, de la cual no pudo disponer; en tanto que dos puestos de comercio detallista, manifestaron que sus productos no fueron visibles por lejanía a los lugares de los eventos o por falta de promoción de los guías turísticos quienes llevaban a los visitantes a lugares específicos favoreciendo posibles escenarios de competencia por favoritismos.

Algunos mototaxis y motocarros argumentaron que, a pesar de contar con identificación y permisos, no todos poseían este reconocimiento o acceso, por lo que no podían recoger a los pasajeros que requerían transportarse aún en lugares donde estaba permitido. No obstante, el 94% del total encuestado no presentaron este tipo de problemáticas.

Ilustración 4. Problemáticas de logística en la prestación del servicio de los establecimientos durante el FestiJazz

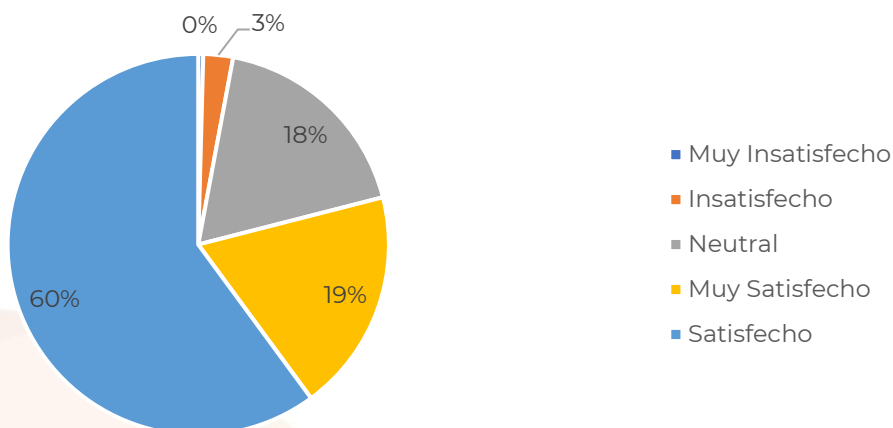


Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### 1.1.2.6 Otros indicadores de percepción y satisfacción

El análisis muestra un alto nivel de satisfacción entre los encuestados: el 79% se declaró satisfecho o muy satisfecho, mientras que solo un 3% manifestó insatisfacción y ningún participante se mostró muy insatisfecho. Un 18% se mantuvo neutral, lo que indica que, en general, la percepción del FestiJazz es positiva, con una valoración favorable de la experiencia. Además, el 51,7% consideró que el nivel de ventas alcanzado podría compararse con una temporada turística alta, el 38,7% con una temporada media y solo el 9,7% con una temporada baja.

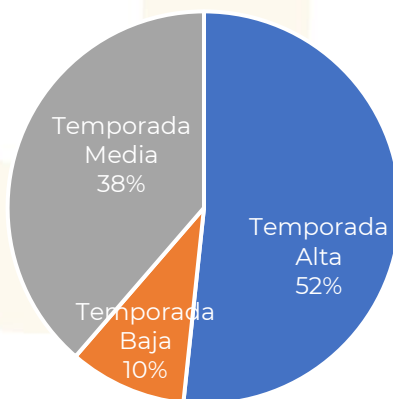
Gráfico 12. Nivel de satisfacción de los establecimientos durante el FestiJazz



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

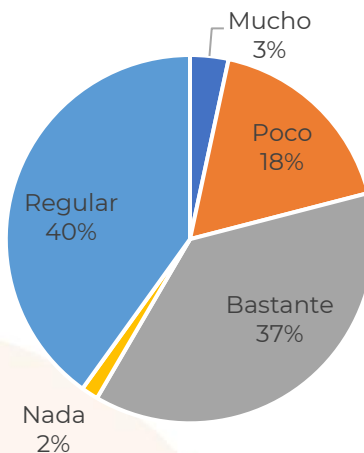
Por otro lado, los resultados muestran que el Festival de Jazz contribuyó significativamente a la visibilidad de los negocios locales. Un 3% de los encuestados manifestó que el impacto del Festival en la visibilidad de su negocio fue mucho, un 37% afirmó que su negocio ganó bastante visibilidad, mientras que un 40% consideró que el efecto fue regular. Por su parte, un 18% señaló que el impacto fue poco y solo un 1% manifestó que no tuvo ningún efecto. Esto refleja una favorabilidad en el posicionamiento de los negocios de alrededor del 40%.

Gráfico 13. Percepción del nivel de ventas generadas por los establecimientos durante el FestiJazz



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Gráfico 14. Efecto del FestiJazz en la visibilidad de los negocios



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### 1.1.2.7 Ingresos percibidos durante los eventos del Festival del Jazz

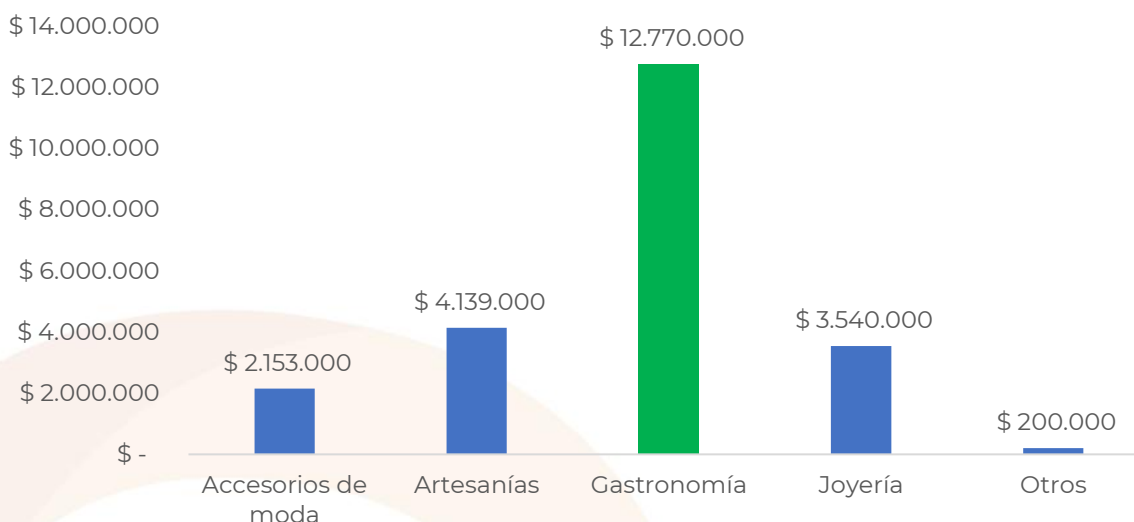
En tres de los eventos realizados durante la agenda del Festival de Jazz, se encuestaron los puestos de venta, tales como la Exposición Fotográfica Mompox de Frente y las mesas del Festival de Frito Momposino y la Feria Artesanal y Gastronómica Malibú<sup>5</sup>, entre los cuales se logró recopilar un total de ventas por \$22,8 millones durante el día de 20 de septiembre, en el cual se presentó un mayor movimiento de visitantes y de ventas. El 56% de los ingresos percibidos se concentró en las actividades gastronómicas como la venta de fritos, jugos, granizados, raspaos, micheladas, vinos y licores artesanales, seguido de un 43% entre artículos de joyería, bisutería, artesanía y demás accesorios culturales o de moda.

Los comerciantes también manifestaron que sus niveles de ventas en el día anterior fueron bajos ya que presentaron poca afluencia de visitantes, teniendo en cuenta que la mayoría de los turistas se desplazó durante el fin de semana. En este sentido, los niveles de venta total estimada en estos puntos o zonas durante los dos días que se presentaron los eventos no lograron superar los \$40 millones<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Lamentablemente, no se pudo cubrir la totalidad de los puntos de venta en los eventos agendados del FestiJazz, porque no se pudo encuestar los puestos habilitados en los lugares de los Conciertos de Jazz al Parque, debido a inconvenientes logísticos que impidieron la captura de información, tales como la lluvia y los disturbios ocasionados por el personal asistente.

<sup>6</sup> Esta cifra corresponde a una estimación, considerando que los comerciantes señalaron que sus niveles de venta se duplicaron durante el segundo día.

Gráfico 15. Efecto del FestiJazz en la visibilidad de los negocios



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### 1.1.2.8 Recomendaciones y oportunidades de mejora según los establecimientos

El Festival de Jazz de Mompox fortaleció la dinámica económica local, no solo en términos de ventas, sino también en la contratación de personal temporal, principalmente en los sectores de hospedaje y restaurantes, que fueron los más beneficiados por el aumento del flujo turístico. La mayoría de los comerciantes percibió que el evento aumentó la visibilidad de sus negocios, reflejando el potencial del festival como plataforma de promoción y posicionamiento comercial; a su vez, el flujo de visitantes fue elevado durante los días del evento, confirmando el papel del festival como motor de atracción turística, consolidando su impacto en el turismo interno y reflejando un potencial significativo para fortalecer la proyección internacional de Mompox como destino cultural. No obstante, se recopilieron valiosas opiniones por parte de la oferta comercial orientadas a desarrollar acciones de mejora para el sector empresarial.

#### 1. Mayor inclusión del comercio local

Los comerciantes solicitaron que se dé prioridad a los negocios, artesanos y joyeros momposinos en la programación y ferias, evitando traer expositores externos con productos más baratos. También pidieron que se les permita participar directamente en los espacios de venta y actividades oficiales.

## 2. Descentralización de los eventos

Se percibió concentración de las actividades en la Albarrada y la Plaza de Santa Bárbara, dejando por fuera sectores como la Calle del Medio y otras zonas comerciales; por lo que se recomienda distribuir los escenarios del Festival para generar beneficios en todo el municipio.

## 3. Movilidad y cierres de calles

La mayoría de las quejas se relacionan con el tráfico, el cierre prolongado de calles y la falta de control vehicular, lo que afectó la movilidad, el acceso a los negocios y el trabajo de transportadores locales; de modo que se sugiere planificar cierres parciales y mejorar la coordinación con tránsito.

## 4. Organización y logística

Se señalaron fallas en la organización general, como la entrega tardía de manillas, falta de control de vendedores informales y dificultades de acceso a los establecimientos durante los eventos. También se pidió mayor comunicación con los dueños de negocios.

## 5. Programación artística y tipo de música

Varios encuestados recomendaron conservar la esencia del jazz, evitando incluir artistas de géneros urbanos o champeta que generan desorden y desvían la temática del festival. Asimismo, sugirieron invitar más artistas internacionales de renombre.

## 6. Promoción y ambientación

Los comerciantes solicitaron mayor publicidad del festival y visibilidad para los establecimientos locales, así como una mejor ambientación en todas las calles y plazas, para que toda la ciudad refleje el ambiente del evento.

## 1.2 Análisis cuantitativo de la demanda del Festival de Jazz

En esta sección, se contactaron a los organizadores y equipo logístico del Festival Jazz para conocer el aforo estimado de los distintos eventos agendados durante el periodo del 17 al 21 de septiembre del 2025, sobre el cual se calculó una muestra representativa por actividad, con el fin de aplicar unas encuestas a los asistentes para conocer el perfil de la demanda y estimar el

gasto promedio por rubros como transporte, alojamiento, alimentación y bebidas, actividades recreativas y compras de souvenirs.

### 1.2.1 Metodología de la medición de la demanda de los visitantes durante el Festival de Jazz en Mompox

Para esta medición se empleó un cuestionario estructurado digital diseñado por la Cámara de Comercio de Cartagena en la plataforma Survey 123. La población considerada fue la proyección de aforos en los lugares destinados para la ejecución de la agenda del festival tales como la Casa Cabildo Sena y Casa Taller El Boga; las Plazas San Francisco, Santa Bárbara, Santo Domingo y El Moral; Parque del Jazz; La Albarrada entre otros lugares del centro de Mompox.

Se empleó un muestreo aleatorio probabilístico con población conocida, la cual se define de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 p(1-p)N}{Ne^2 + Z_{\alpha/2}^2 p(1-p)} \quad [2]$$

Donde,

$Z_{\alpha/2}^2$ : Es el valor típico de una distribución normal para un nivel de confianza  $(1 - \alpha)$  elevado al cuadrado

$p$ : es la proporción de éxito, se asumió un valor de 50%

$e^2$ : Es el error deseado.

Para alcanzar una representatividad de todo el evento con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, se debía alcanzar por lo menos una muestra de 374 visitantes encuestados; sin embargo, se propuso una meta de 500 encuestas para dar una mayor robustez al cálculo del impacto económico por efecto multiplicador; de las cuales se lograron aplicar 485 encuestas durante todos los días del festival.

Tabla 9. Distribución muestral por aforo de visitantes a eventos del FestiJazz

Evento	Población	Proporción	Meta Encuestas	Encuestas realizadas
Proyección FICCI	200	2%	6	10
Agenda Académica	80	1%	2	3
Festival del Frito Momposino	Sin aforo estimado			50
Feria Artesanal Malibú	Sin aforo estimado			21

Evento	Población	Proporción	Meta Encuestas	Encuestas realizadas
Desfile Río de Gente	1.000	8%	30	39
Concierto Parque del Jazz	10.000	81%	302	295
Unibac al Parque	300	2%	9	34
Performance Circo Caribe	100	1%	3	6
Desfile Elar By Marca Bolívar	200	2%	6	8
Exposición fotográfica "Entre el río y el mar, patrimonio de frente"	100	1%	3	10
Otros eventos: Concierto en el templo, Obra Suite Akhunov El Colegio del Cuerpo, Street Jazz, lanzamiento mural Mompox inteligente	400	3%	12	9
<b>Total</b>	<b>12.380</b>		<b>374</b>	<b>485</b>

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Por otra parte, la metodología empleada para capturar el efecto económico resulta de la sumatoria de tres tipos de efectos: directo, inducido e inducido neto.

$$\text{Efecto total} = \text{Efecto directo} + \text{Efecto indirecto} + \text{Efecto inducido neto} \quad [3]$$

**Efecto directo:** Este tipo de efecto tiene que ver con el gasto en el que incurren los organizadores del evento, cuando estos gastos se efectúan dinamizan la economía en los diferentes sectores, por ejemplo, gasto en alquiler de escenarios, personal de logística, transporte de equipos, alojamiento de invitados especiales, alimentación, etc.

**Efecto indirecto:** Está relacionado con el gasto que efectúan los asistentes al evento no residentes en la ciudad o municipio o aquellos que se denominaron anteriormente como porcentaje de visitantes no locales. Este gasto se estima en los diferentes sectores de la economía, como hoteles, restaurantes, transporte interno, souvenirs y otros, que. Asimismo, se utiliza un ponderador que tiene en cuenta en mayor medida los turistas que llegan motivados principalmente por el festival y en menor medida los que llegan por otras razones como el turismo, o negocios, pero aprovechan y asisten.

Para conocer la población sobre la que se estima el efecto indirecto se tiene en cuenta la siguiente fórmula:

$$PNL = PT * \% \text{ no locales} * [(100\% * \% \text{ motivo principal}) + (50\% * \% \text{ un motivo})] \quad [4]$$

Donde,

*PNL*: Público para la estimación del impacto económico indirecto (público no local)

*PT*: Público total

*% no locales*: Porcentaje de personas no locales que asistieron al evento.

*% motivo principal*: Porcentaje de personas no locales cuyo motivo principal del viaje fue asistir al evento.

*% un motivo*: Porcentaje de personas no locales que viajaron por otros motivos y que al estar en la ciudad o municipio asistieron al evento.

El cálculo de la población local se realiza de la forma siguiente:

$$PL = PT * \% \text{ locales} \quad [5]$$

Donde,

*PL*: Público local

*PT*: Público total

*% locales*: Porcentaje de personas que residen en la ciudad o municipio.

Sin embargo, esta población o asistentes locales dentro del cálculo no se consideran ya que su gasto se constituye como una reasignación de la demanda dentro del territorio (Instituto de Políticas de Desarrollo, s.f, pág. 35).

El gasto por actividad económica se estima con la siguiente ecuación:

$$GE_i = PNL * \text{Gasto promedio en el sector } i * \text{Número promedio de días} \quad [5]$$

Donde,

*GE<sub>i</sub>*: Gasto en la actividad económica *i*

*Gasto promedio en el sector i*: Gasto promedio<sup>7</sup> en el sector *i*.

*Número promedio de días*: Número de días promedio.

---

<sup>7</sup> El promedio fue reemplazado por la mediana del gasto y del número de días ya que es una medida de tendencia central más robusta y útil cuando se presentan datos atípicos y debido a que el promedio no presentó una distribución normal.

**Efecto inducido:** El efecto inducido neto es lo que, en el lenguaje común, se entiende como efecto derrame económico, es decir, es el efecto expansivo que genera en la economía el gasto directo (el gasto de los organizadores del evento) y el gasto indirecto (el gasto de los asistentes). Es decir, captura los efectos posteriores que generan en la economía los gastos directos e indirectos mencionados anteriormente, por medio de multiplicadores de producto que se derivan de la matriz insumo producto.

La Matriz insumo producto representa las interacciones comerciales que se dan entre sectores de la economía en una matriz simétrica  $n \times n$ , con ella se puede calcular el multiplicador de producto el cual permite saber “[...] cuanta será la producción necesaria para satisfacer los incrementos en la demanda, por parte de cualquier industria [...]” (Ramos Ruiz, Polo Otero, & Arrieta Barcasnegras, 2017, pág. 144).

La demanda de producción final del sector  $F_1$  está dado por la siguiente expresión (Wyk, Saayman, & et al, 2015):

$$F_1 = X_1 - a_{11}X_1 - a_{12}X_2 - a_{1n}X_n \quad \therefore \quad a_{1n} = \frac{x_{ij}}{X_{ij}} \quad [6]$$

Donde,

$X_1$ : Total producción del sector 1

$a_{1n}$ : Coeficiente técnico que determina el porcentaje de consumo intermedio del sector  $a_{1n}$ .

La ecuación [6] puede reescribirse de forma matricial de la siguiente manera:

$$F = (I - A)X \quad [7]$$

Donde,

$F$ : Es el vector de demanda final

$I$ : Es la matriz identidad  $n \times n$

$A$ : Es la matriz de coeficientes técnicos

$X$ : Es el vector de producción

Para conocer el impacto de un choque de la demanda final se utiliza la inversa de la matriz de Leontief, cuya expresión es la siguiente:

$$X = (I - A)^{-1}F \quad [8]$$

El multiplicador de producto se calcula de la siguiente manera:

$$MP_i = \sum_{i=1}^n (I - A)^{-1} \quad [9]$$

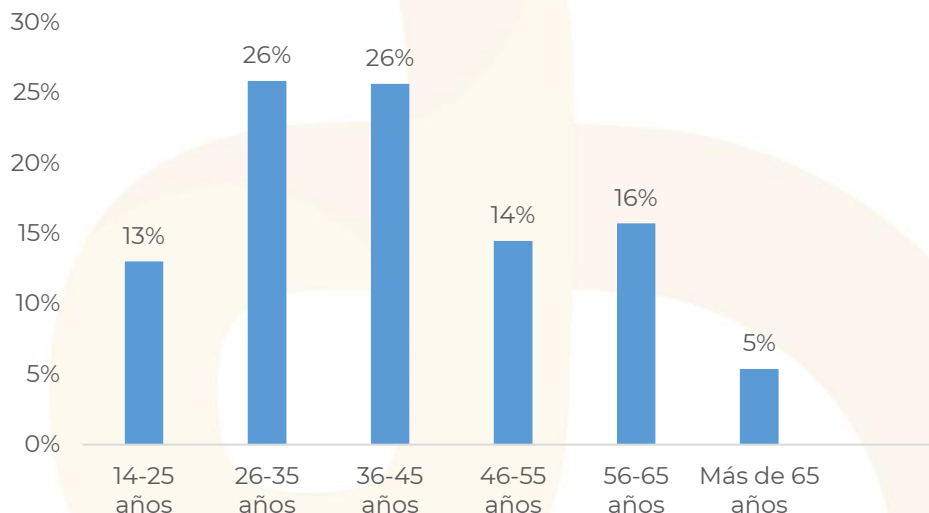
## 1.2.2 Resultados de la medición de oferta comercial

### 1.2.2.1 Perfil de los visitantes

En primer lugar, el análisis descriptivo de los resultados de la encuesta permitió establecer que la población que asistió al FestiJazz es mayoritariamente joven - adulta con una edad promedio de 42 años, la edad mínima fue de 14 años y la máxima de 78; sin embargo, se refleja una concentración entre los grupos etarios de 26 a 45 años, con una participación del 51%. Asimismo, el 73% de la población no supera los 50 años.

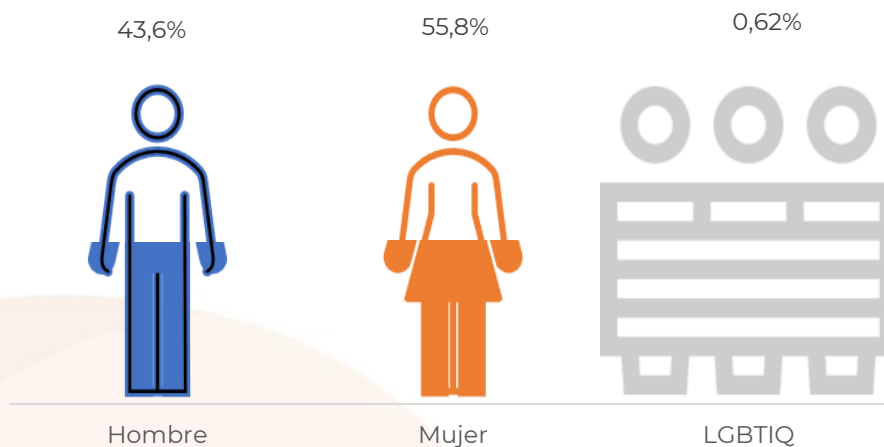
Por género, el 55,8% de los visitantes encuestados fueron mujeres, el 46,3% fueron hombres y el 0,62% se identificó como comunidad LQTBQ+, lo cual evidencia una asistencia predominantemente binaria casi equiparable entre los géneros femenino y masculino.

Gráfico 16. Distribución porcentual de visitantes por grupos etarios



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

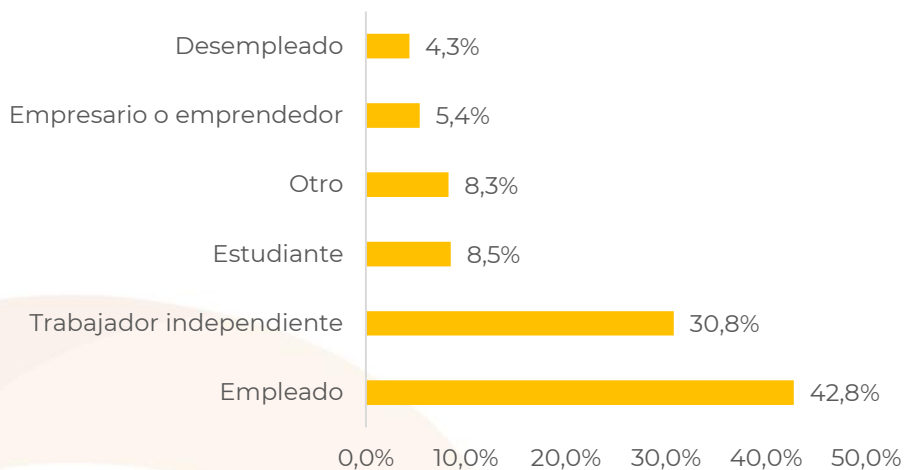
Gráfico 17. Distribución porcentual de visitantes por grupos etarios



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Por su lado, los resultados demuestran diversidad laboral u ocupacional, acorde con la distribución por grupos etarios, es decir, la mayor parte de los visitantes pertenece a la población económicamente activa ocupada, por lo que también disponen de mayor flexibilidad económica y capacidad adquisitiva para asistir al festival; seguido se encuentran los estudiantes con una participación del 8,5% y otros perfiles como los pensionados quienes abarcaron el 8,3% de los encuestados, lo cual refleja el atractivo del festival para las generaciones más jóvenes y para los adultos mayores; además de su potencial como escenario propicio para compartir en planes familiares. Finalmente, el 9,7% restante se distribuye entre emprendedores o empresarios y desempleados. Esto evidencia que, si bien el festival es accesible a toda la comunidad, se debe considerar que estos perfiles de visitantes poseen posibles limitaciones; por ejemplo, aquellos que no se encuentran activos en el mercado laboral cuentan con tiempo libre para el esparcimiento pero tienen mayores restricciones monetarias; en cambio, los propietarios de negocios, pueden dedicarse al entretenimiento o a la búsqueda de oportunidades comerciales, aunque pueden presentar mayores restricciones en términos de tiempo por compromisos relacionados con la atención de sus negocios, principalmente durante el festival donde se suele incrementar la dinámica económica.

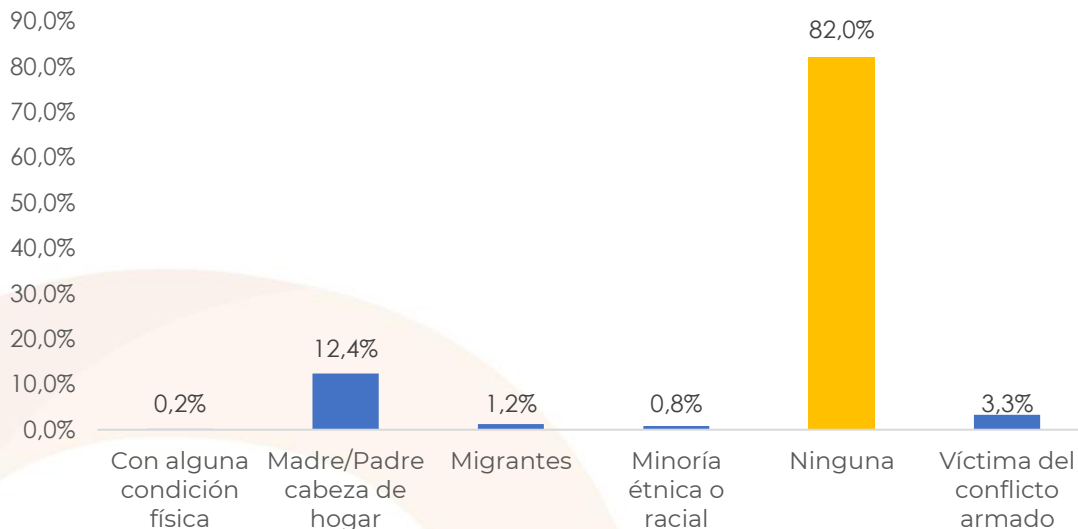
Gráfico 18. Distribución porcentual de visitantes por ocupación



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

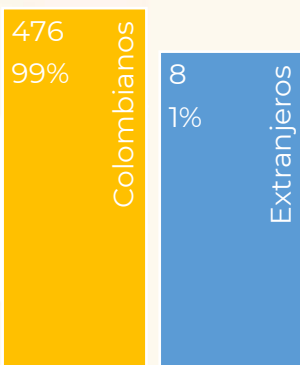
Las características demográficas también reflejan que pocos visitantes se identifican como población vulnerable (18%), entre los cuales, la mayor parte se reconocen como madres o padres cabeza de hogar (12,4%) y víctimas del conflicto armado (3,3%), el 2,3% restante pertenecen a una minoría étnica, son migrantes o poseen alguna discapacidad física. Este aspecto es muy importante, debido al enfoque que promueve el Festival de Jazz como un evento inclusivo para integrar de manera activa a toda la comunidad a través de la música, la tradición, la diversidad étnica y cultural, la identidad y la celebración de un patrimonio histórico que pertenece a todos.

Gráfico 19. Distribución porcentual de visitantes que se reconocen como población vulnerable



De acuerdo con su procedencia, el 99% de los visitantes encuestados reside en Colombia y un 1% tiene domicilio en el exterior, es decir que sólo se lograron encuestar 5 extranjeros provenientes de Francia, España, Argentina y Chile. De los 476 colombianos que asistieron al Festival de Jazz, 34% reside en Mompox y el 66% proviene de otras ciudades y municipios del país.

Gráfico 20. Distribución porcentual de visitantes según procedencia



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

La gran parte de visitantes tienen como ciudad de origen Cartagena y algunos municipios del norte y sur de Bolívar, con una representación del 43,6%, le siguen ciudades principales y departamentos en la costa Caribe y el interior del país como Bogotá y algunos municipios aledaños de Cundinamarca (12,1%), Antioquia principalmente de Medellín (10,2%), Barranquilla Atlántico

(9,6%), César principalmente de Valledupar (5,1%), Sucre (4,8%), Magdalena (4,1%), Córdoba (2,2%), Santander y norte de Santander (3,2%), Valle principalmente de Cali (1,6%), San Andrés (1,3%), Cauca, Nariño y Huila (1,2%) y diversas ciudades y municipios del eje cafetero como Manizales, Pereira y Armenia (0,9%).

*Ilustración 5. Distribución porcentual de visitantes nacionales según departamento*

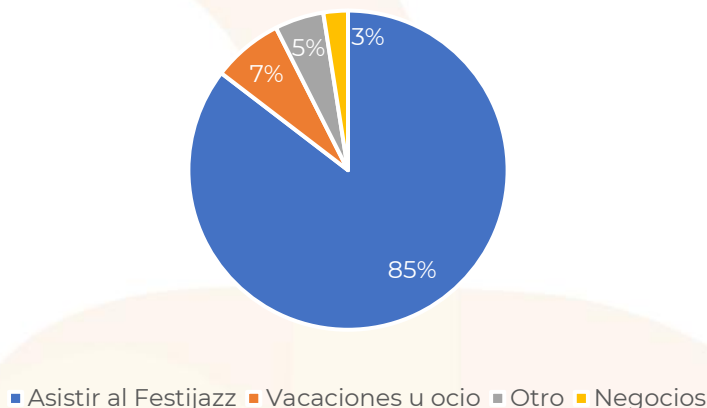


Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### 1.2.2.2 Medios de transporte, estadía y motivo del viaje

Entre los visitantes no locales, el 85,4% de los visitantes llegó a Mompox por motivo de asistir al Festival del Jazz, el 7,1% fue por motivo de vacaciones, el 5% por otros motivos y el 2,5% por negocios, lo cual muestra el potencial de atracción nacional e internacional que tiene el evento. La mediana de la estadía de los visitantes en Mompox fue de 10 días, aunque la mayor parte de estos (55%) manifestó quedarse alrededor de 3 a 4 días, equivalentes a la duración del festival; el 22,7% permaneció entre 1 y dos días, el 19,9% permaneció desde 5 a 10 días y el 2,5% decidió quedarse por más tiempo ya sea por motivo de vacaciones, negocios y otros motivos de viaje como trabajo y visitas, pero decidieron quedarse al enterarse del festival

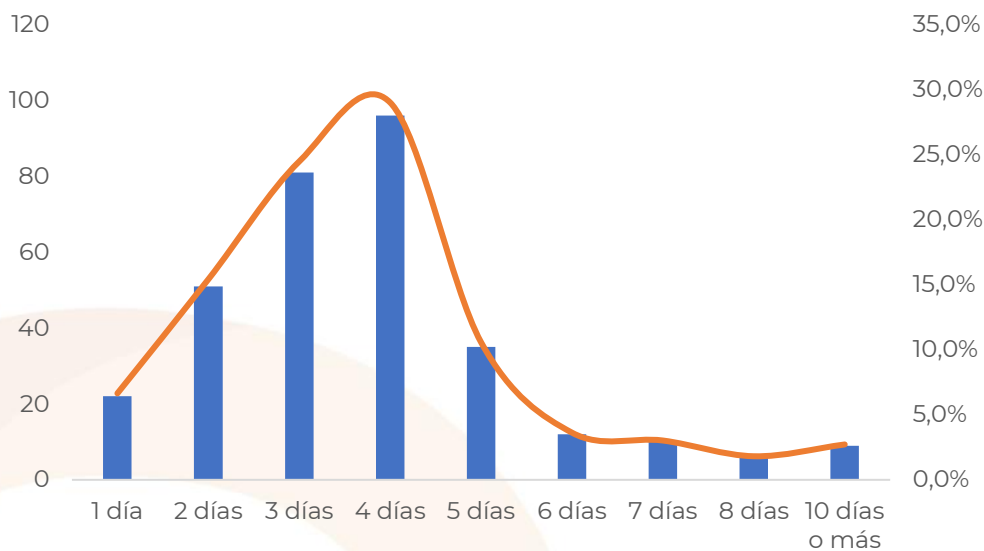
Gráfico 21. Motivos de viaje de los visitantes



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

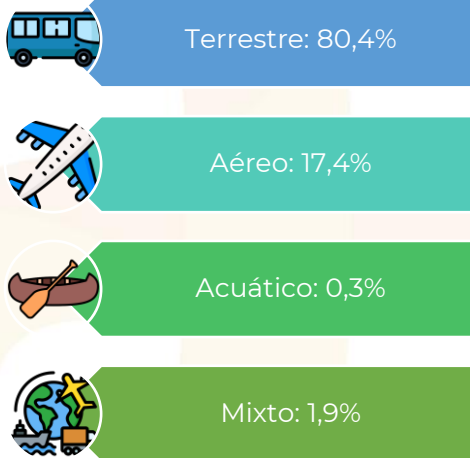
Entre los medios de transporte más utilizados se encontró el terrestre con una participación del 80,4% ya sea por bus, carro propio o algún servicio contratado; el 17,4% llegó por vía aérea y el menos del 1% por vía acuática, evidenciando también la conectividad que tiene Mompox con municipios vecinos a través del río Magdalena; otra proporción cercana al 2% tomó distintas vías para llegar al municipio, por vía aérea hasta ciudades como Cartagena, Bogotá y Barranquilla y luego por medios terrestres y acuáticos.

Gráfico 22. Duración de estadía en Mompox



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Ilustración 6. Medios de transporte utilizados para llegar a Mompox

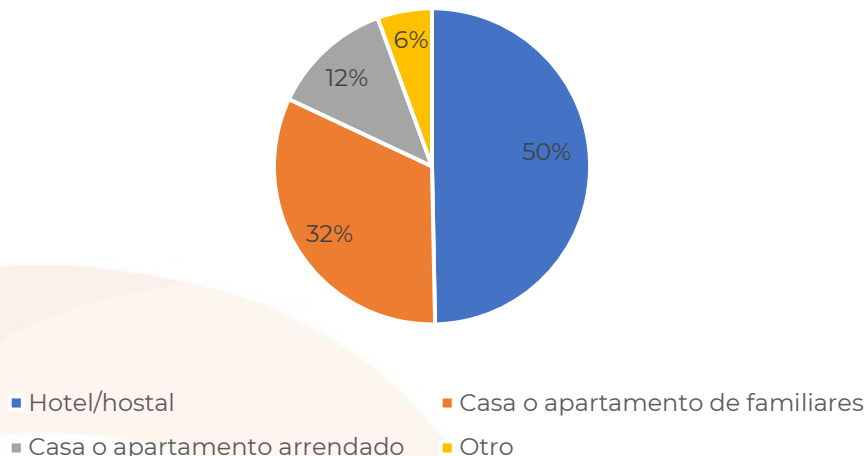


Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Aproximadamente la mitad de estos se hospedaron en un hotel u hostel, el 32% en casa, apartamentos o habitaciones arrendados generalmente por OTAs<sup>8</sup> o plataformas de búsqueda online, el 12% en casas de familiares y el 6% en casas de amigos, otros tipos de alojamiento o residían en municipios vecinos, por lo que no se quedaban a dormir en Mompox.

<sup>8</sup> Online Travel Agency, actúan como intermediarios de proveedores de servicios turísticos a través de sitios web o aplicaciones como Booking, Airbnb, Expedia, Vrbo, etc.

Gráfico 23. Tipos de alojamiento



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### 1.2.2.3 Tipo de vinculación al evento, compañía y financiación

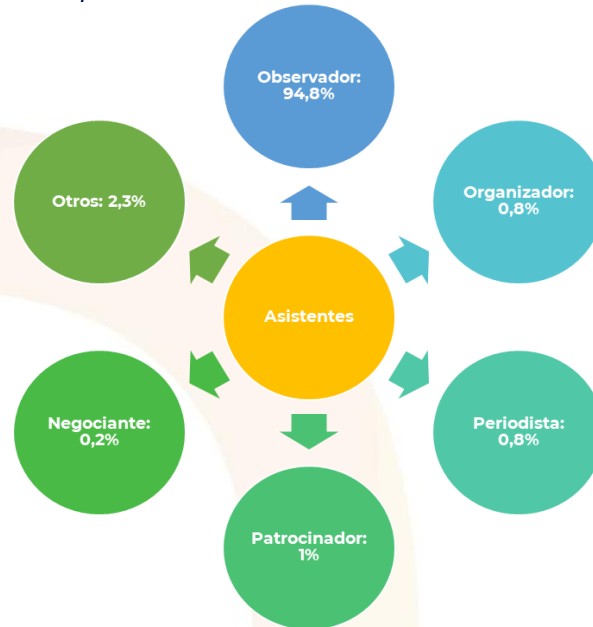
El 40% de los turistas asistieron por primera vez al Festival de Jazz, mientras que el 60% han ido o participado varias veces. Así, se evidencia un alto nivel de fidelización hacia el evento, lo cual coincide con los niveles de satisfacción reportados por los participantes, confirmando la calidad y relevancia del Festival. Cerca del 95% asistieron en calidad de observadores para disfrutar del festival, el 2,7% asistió en roles relacionados con el desarrollo del festival tales como patrocinadores, organizadores y periodistas y el 2,5% fueron por motivos de negocio y trabajo, incluso algunos vinculados directamente al evento como artistas y profesores o indirectamente como personal de seguridad pública, logística e influencers.

La mayor parte de los asistentes financiaron su asistencia al festival por cuenta propia (91,7%), el resto son visitantes dependientes. El 3,5% por patrocinio, el 4,3% asistió financiado por la empresa en que trabaja o por los organizadores del evento y una mínima parte por otros motivos con la presencia de familiares en Mompox que financiaron su estadía y alimentación.

Lo anterior, ilustra que el Festival de Jazz no sólo mueve a una gran cantidad de turistas que visitan el lugar con fines de entretenimiento, sino que también abarca una maquinaria de personal que aporta en términos logísticos, laborales, comerciales y mediáticos, quienes contribuyen desde sus distintos roles y además hacen posible que cada evento funcione. Estas personas son

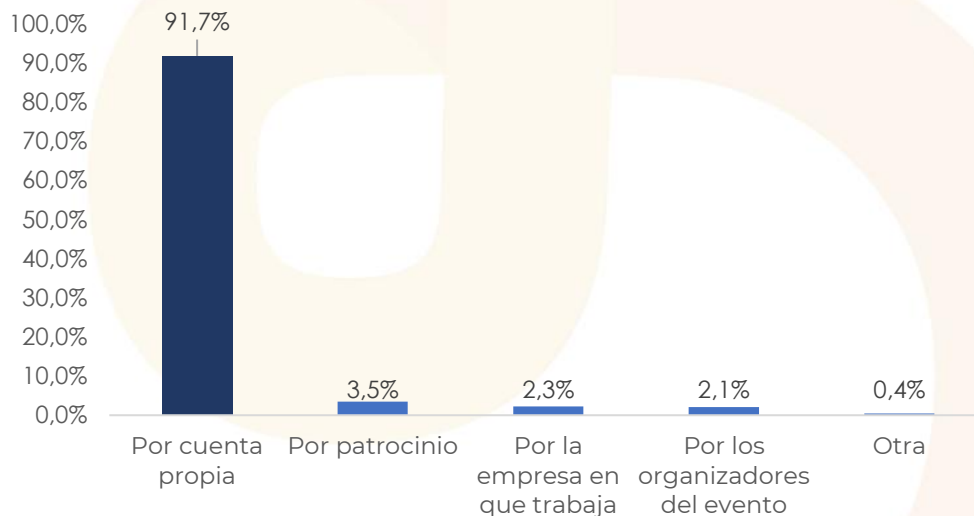
importantes a nivel de gestión, operatividad y difusión, pero también actúan como engranaje que atrae a otros visitantes como amigos, pareja, familiares y compañeros de trabajo que también generan un efecto multiplicador que se irriga a la economía local.

Ilustración 7. Tipo de vinculación de los visitantes al FestiJazz



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

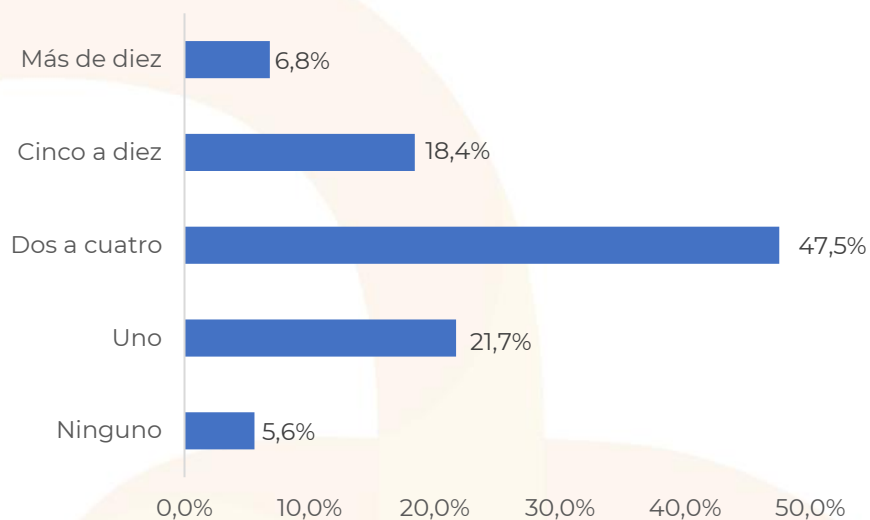
Gráfico 24. Fuentes de financiación de los asistentes al FestiJazz



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

En este orden de ideas, el 5,6% de los visitantes encuestados asistió solo al evento, el 21,7% llegó con un acompañante, el 47,5% vino con dos, tres o cuatro personas y el 18,4% trajo de 5 hasta 10 acompañantes. Asimismo, se resalta que el 6,8% de los visitantes vino acompañado en grupos numerosos de más de 10 personas, de modo que la que la mediana del total de acompañantes fue de 14 personas. Esto refleja que el festival no sólo impulsa escenarios familiares sino también vincula a muchas personas con relaciones laborales o comerciales quienes se desplazan a Mompox con equipos de apoyo.

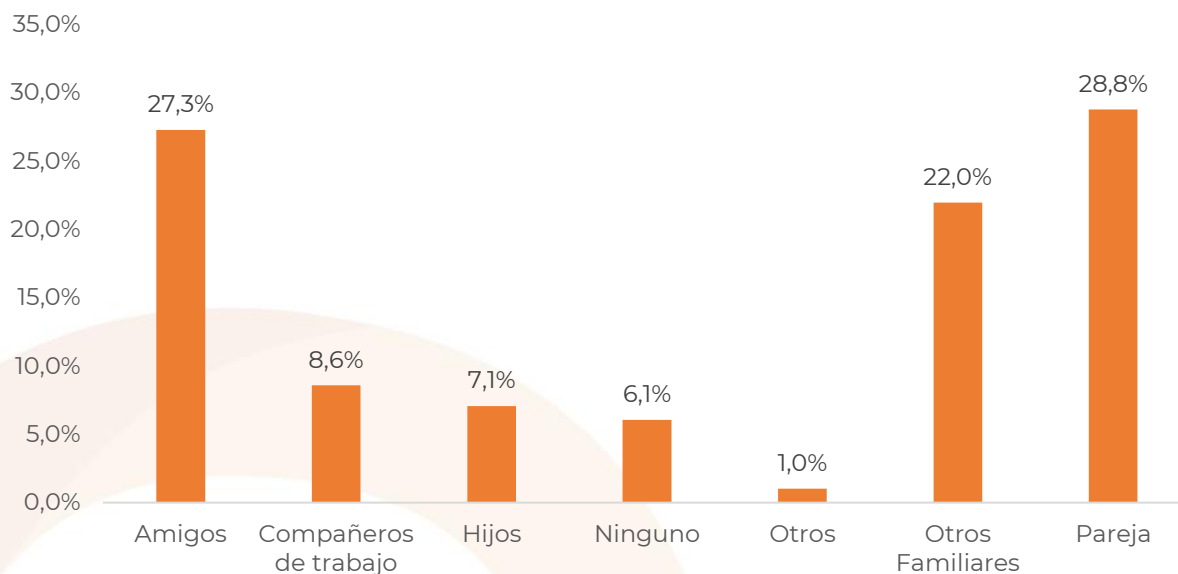
Gráfico 25. Número de acompañantes de la población encuestada durante el FestiJazz



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Entre sus principales acompañantes se encuentran la pareja (28,8%), amigos (27,3%), otros familiares (21,5%) e hijos (7,1%), confirmando la importancia del evento como destino familiar y social. El 9,6% restante fueron acompañados por compañeros de trabajo u otras personas como miembros de seguridad o escoltas, toda vez que al evento asisten diversas figuras públicas y celebridades.

Gráfico 26. Tipos de acompañantes

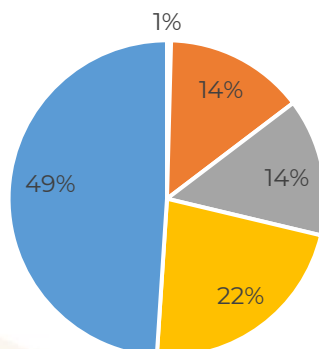


Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

#### 1.2.2.4 Apropiación del evento, percepción y satisfacción de los asistentes

La población encuestada se enteró del festival en 49% por difusión en redes sociales y 22,3% por recomendaciones de amigos, el 14,3% se enteró por medios de comunicación masiva y el 14% asistió por otros motivos, entre los que se encuentran recomendaciones de familiares y compañeros de trabajo, por conocidos que residen en Mompox o en municipios vecinos, por medio de la Gobernación de Bolívar, incluso por folletos o guías turísticas difundidas en ferias y festivales de otras ciudades; también se resalta una proporción importante de personas que asistieron por tradición familiar o nativa o aquellos que se encontraban de vacaciones en el pueblito mágico y llegaron a conocer el festival. Una mínima parte llegó al evento por difusión en correo electrónico (0,4%).

Gráfico 27. Canales de difusión



- Correo electrónico promocional
- Medios de comunicación
- Otros
- Recomendación de amigo
- Redes sociales

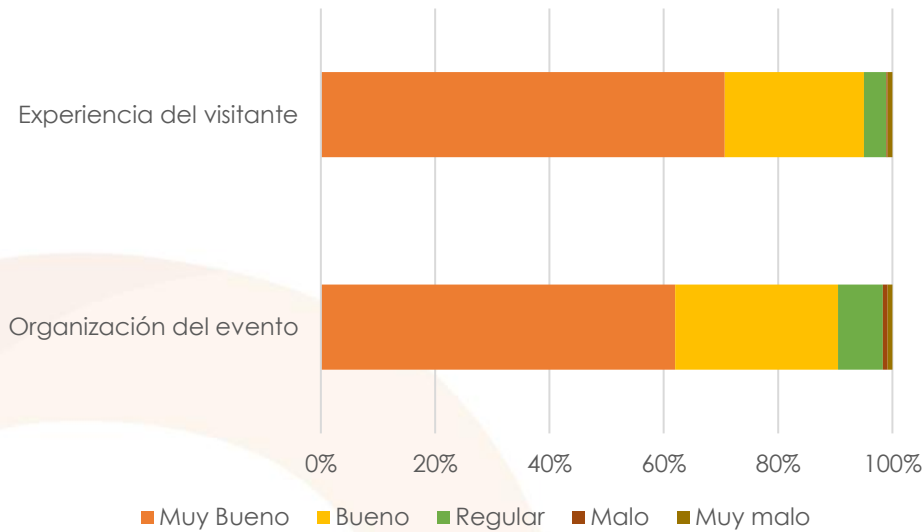
Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Lo anterior demuestra el posicionamiento que tiene el Festival de Jazz a nivel regional y la difusión que ha alcanzado hacia otros lugares por dentro y fuera del país impulsado por un reconocimiento de voz a voz y por las estrategias efectivas de difusión a través de medios de comunicación, redes sociales y entidades organizadoras o aliadas que contribuyen a su promoción.

En cuanto a la satisfacción de los asistentes al evento, se puede concluir que fue positiva puesto que el 70,7% de los asistentes calificó su experiencia como muy buena y el 24,4% como buena, un 3,9% tuvo una experiencia regular y el sólo el 1% registró una calificación negativa. La escala de Likert también ilustró una percepción igual de favorable respecto a la organización del festival, pero en menor proporción, ya las personas que evaluaron este aspecto como muy bueno y bueno fue más bajo (62% y 28,5% respectivamente); en consecuencia, la participación de la calificación regular ascendió al 7,9% y la percepción negativa subió a 1,6% comparativamente con la satisfacción vivencial.

En resumen, el nivel de satisfacción favorable fue del 95% en cuanto a las experiencias de los asistentes y del 90,5% en lo concerniente a la organización del evento como tal. Apenas se manifestaron situaciones desfavorables relacionadas con la movilidad, los precios, la desorganización e inconvenientes logísticos y las dificultades para acceder a los conciertos que terminaron en disturbios empañando la imagen del evento frente a la población de visitantes no locales, lo cuales se detallarán más adelante.

Gráfico 28. Nivel de satisfacción de los asistentes al FestiJazz



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Los asistentes al evento también percibieron que el mayor efecto positivo del FestiJazz radica en su aporte a la dinamización de la economía de la región (26,6%) y al desarrollo cultural (22,3%); el 17,5% cree que los distintos eventos aportan gozo y alegría a la comunidad, así como la integración social de esta (15,5%) y un 16,9% percibe la importancia de este tipo de festivales para preservar el patrimonio histórico y cultural del municipio. Entre otros comentarios, la población encuestada argumentó el enorme potencial turístico, la atracción de visitantes interesados en conocer la región y sus tradiciones, el intercambio cultural, el aprendizaje artístico musical y las oportunidades que se brindan especialmente a niños y jóvenes para formarse y para mostrar su talento.

Los eventos más demandados por los visitantes fueron los conciertos del Parque del Jazz, el Festival del frito momposino, el Desfile Río de Gente, Unibac al parque, la Feria artesanal y gastronómica Malibú y Street Jazz; que juntos sumaron el 73% de las preferencias de la población tanto local como no local.

Gráfico 29. Percepción de los asistentes sobre el FestiJazz



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### 1.2.2.5 Recomendaciones y oportunidades de mejora según los asistentes

El Festival de Jazz de Mompox fortaleció el turismo y atrajo diversos visitantes tanto nacionales como extranjeros, quienes elogiaron las distintas actividades y la alegría que aportaron a toda la comunidad, valoraron la tradición cultural y el aprendizaje musical; así como la oportunidad de dar a conocer el municipio, su historia y su talento. Sin embargo, manifestaron distintos aspectos que empañaron la organización del evento, perjudicaron la ejecución de algunas actividades y afectaron la margen o percepción que recibe el turista. De estas opiniones surgen las siguientes recomendaciones.

#### 1. Mayor cobertura en alojamiento

Los visitantes señalaron que se debe aumentar y mejorar la oferta hotelera del municipio, ya que resulta insuficiente para cubrir la alta demanda durante este tipo de eventos que atraen turismo masivo.

## 2. Regular el incremento de precios

Los visitantes percibieron que los precios de alojamiento, alimentación y bebidas son muy altos, principalmente las tarifas de los hoteles; así como los productos que se vendían en los conciertos y en todo el festival en general. Los nativos o residentes también afirmaron que durante el FestiJazz se incrementan los precios, lo que hace que cada evento sea muy costoso para el pueblo momposino e incluso elitista. Se debe propender por un mecanismo de control, como un listado de precios de productos que sea divulgado y conocido por todos,

## 3. Mejorar la divulgación y comunicación de los distintos eventos

Los asistentes percibieron mucho desconocimiento y desinformación sobre las distintas actividades contempladas en el FestiJazz; de igual forma que no había claridad de los lugares y las horas de cada evento, especialmente ante los cambios que se presentaron en la agenda. Se sugiere comunicar de manera oportuna, permanente y actualizada el itinerario del festival y divulgarlos a través de diferentes canales tanto virtuales como físicos en distintos lugares del pueblo, de modo que tuviera mayor alcance, ya que el turista que no seguía las redes sociales de la Gobernación de Bolívar no podía enterarse y al preguntar a los residentes, no recibían la orientación necesaria, desertando de asistir a unas actividades donde había interés tal como ocurrió con la Agenda Académica<sup>9</sup>.

## 4. Mejorar el acceso a los eventos debido a gestión inadecuada de manillas

Este aspecto se constituyó como una queja constante y fue la principal fuente de inconformidad del público oriundo y visitante. Los asistentes, argumentaron, en primer lugar, que faltó mucha información y claridad sobre el sistema de acceso por manillas, no se distribuyeron al pueblo o se desconocía la forma o lugares de entrega; además era desconocido para el turista. En segundo lugar, la clasificación por zonas y colores generó descontento general, lo cual fue percibido como discriminación entre el pueblo, los turistas y los organizadores del evento. Finalmente, se calificó como un sistema fallido y engañoso, ya que su divulgación como “evento

---

<sup>9</sup> Este evento en particular sufrió algunos cambios los cuales no fueron comunicados oportunamente. De tal forma, que, durante el primer día, estas actividades permanecieron mayoritariamente vacías, generando una percepción errónea de desinterés por parte de los asistentes, que obedeció a falta de difusión. Esta actividad, en particular, era apetecida por el turista, ya que permitía el conocimiento y aprendizaje a nivel musical y cultural.

gratuito” fue limitada por la disponibilidad de manillas, lo que además generó una posterior venta y reventa de estas sin garantía de acceso<sup>10</sup>.

#### 5. Mejorar estado de calles, infraestructura para parqueo y la movilidad

Los visitantes reclamaron sobre el estado de las calles que se encontraban cerradas por arreglos, afectando la movilidad; de igual forma, las limitaciones a algunas zonas, la congestión y la imposibilidad del parqueo de vehículos. La población residente, alegaba invasión de calles por escasa logística de parqueo. Por otro lado, se presentaron reclamos por la insuficiente disponibilidad de transporte interno, el tránsito permitido de motos en el Desfile Río de Gente y otros lugares que deberían tener bloqueos viales como la calle del Parque del Jazz y la desorganización en algunos parqueaderos que obstaculizaban la visibilidad de zonas turísticas.

#### 6. Mayor seguridad

Se debe incrementar la presencia de la fuerza pública. El volumen de asistentes superó la capacidad de las locaciones y fallaron los mecanismos de control, de modo que la seguridad fue insostenible generando disturbios por la inconformidad de la comunidad en los conciertos. También se incrementaron los atracos y robos.

#### 7. Mayor inclusión y libre intercambio cultural

El festival debe ser incluyente, por lo que se debe evitar la clasificación y división de personas por zonas y manillas, las cuales se perciben como mecanismos de exclusión y discriminación; esta percepción fue más marcada en el desfile de modas Elar y en los conciertos. Se debe promover la unión de clases sociales sin distinciones de estratos, cargos y procedencia y se debe garantizar la participación de población vulnerable. La población local percibía que el festival no estaba realizado para el pueblo momposino ya que era dejada en último lugar; mientras que la población no local percibía que no se les permitía la socialización y libre intercambio cultural<sup>11</sup> con esta, generando desmotivación.

---

<sup>10</sup> Esta situación generó una percepción de desorganización, estafa y publicidad engañosa por parte del turista, quienes pagaron una tarifa alta y no pudieron ingresar a los conciertos.

<sup>11</sup> El FestiJazz fue comparado frecuentemente por los visitantes con el Festival Petrónio Álvarez e incluso el Festival del Río Sinú, como ejemplos exitosos de inclusión. “El turista desea compartir con la gente del pueblo” y los locales “quieren ser parte de su propio festival”. Esta diversidad enriquece la integración social y el intercambio cultural que es apetecido en este tipo de eventos.

#### 8. Conservar la esencia musical del Jazz e invitar exponentes internacionales

El Festival del Jazz debe “hacer honor a su nombre” y conservar la esencia de este, a través de la concentración musical en este género en lugar de otros géneros como vallenato, salsa, champeta, pop, etc. Asimismo, recomiendan enfocar la presentación de artistas exponentes del jazz y la vinculación de jazzistas internacionales. También se percibió que en los conciertos principales “los músicos del jazz debían ser los protagonistas más no los teloneros”, con el fin de apreciar mejor este género musical.

#### 9. Mayor participación de instituciones educativas y apoyo a músicos

Exaltar la labor de los docentes en la depresión Momposina, incluir más pedagogía y enseñanza en temas de música, apoyar artistas locales y externos, vincular a la población estudiantil y tener representación de niños.

#### 10. Planificar infraestructura adecuada por cambios de clima y mejorar la logística

Prever los cambios climáticos y garantizar adecuaciones locativas para evitar dificultades logísticas, retrasos en la programación o suspensión de actividades, impidiendo el disfrute de los eventos. Por otra parte, los asistentes sugirieron mejoras en logística relacionadas con las disponibilidad y acceso a depósitos de basura, agua y baños no compartidos.

### **1.2.2.6 Gastos realizados por los visitantes e impacto económico**

#### Efecto económico directo

Estas cifras se derivan del gasto realizado debido a la organización del evento. De acuerdo con las cifras del Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar – Icultur, el gasto directo ascendió a \$3,14 mil millones distribuidos en diversas labores logísticas y operativas como el montaje de escenarios, iluminación, producción audiovisual, compra de equipos técnicos y tecnológicos, alquiler de insumos elementos, contratación de mano de obra, transporte de personal y maquinaria, mobiliario de acondicionamiento, alojamiento y alimentación del personal técnico, piezas de difusión, identificación y señalización, servicios de atención para los artistas, etc.

Así, 52% del efecto económico directo representa el gasto efectuado en actividades profesionales, científicas y técnicas, mientras tanto el 38,4% se

destinó a actividades artísticas, de entretenimiento y recreación; es decir, más del 90% se condujo a actividades propias del montaje del evento como la logística y la producción. A su vez, el 9,6% restante se destinó a servicios de apoyo como alojamiento, transporte y alimentación del personal requerido para el funcionamiento y despliegue del evento.

*Tabla 10. Efecto económico directo del FestiJazz por actividades económicas*

Actividad económica	Efecto directo
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	1.205.942.282,0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.634.500.077,9
Alojamiento y servicios de comida	136.765.520,0
Transporte terrestre y aéreo y transporte por tuberías	165.065.000,0
<b>Total</b>	<b>3.142.272.879,9</b>

Fuente: Elaboración propia con base en información de Icultur – Gobernación de Bolívar

### Efecto económico indirecto

Este efecto resulta del gasto promedio realizado por los asistentes al evento y el número de días que permanecieron en el municipio<sup>12</sup>. Según los montos totales reportados por la población encuestada, los grupos de gasto más altos para la población no local fueron transporte, seguido de alojamiento y compra de souvenirs; mientras que la población local gastó más en compra de souvenirs y artesanías, alimentación y bebidas. Los gastos más bajos, en ambos casos, se presentaron en actividades recreativas, es decir, que los asistentes dirigen la mayor parte de su disfrute hacia los eventos propios del festival.

El gasto realizado por los visitantes o población no local supera al gasto de la población local en todos los rubros con una diferencia más marcada en la compra de souvenirs y artesanías, lo cual es un comportamiento típico del turista. En este rubro en particular, el gasto promedio del momposino o residente en el municipio es de \$158.241 y el del no local es de \$263.289. Cabe

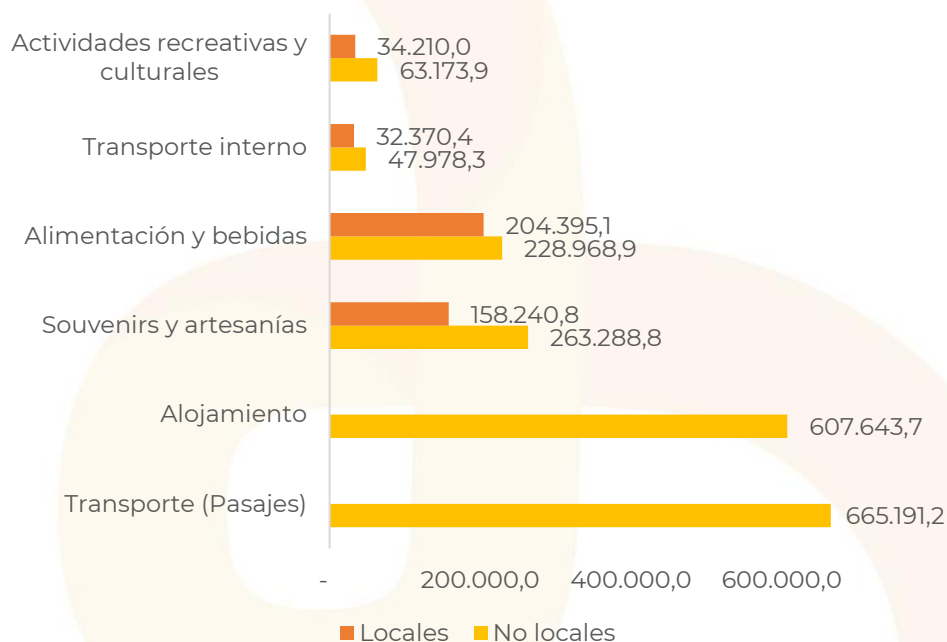
<sup>12</sup> Esta cifra no incluye el número de acompañantes de las personas encuestadas ya que también asisten al evento y eventualmente pueden ser encuestadas. Asimismo, la muestra es representativa de toda la población que asiste al evento, lo cual ya incluye los acompañantes.; así, al incluirlos se incurriría en doble contabilidad. En todo caso, tanto el operativo de campo como la tabulación de la información se supervisa y controla para evitar la repetición.

anotar que, en la mayoría de los casos, era el gasto más alto; principalmente por la compra de joyería en filigrana y productos autóctonos.

En alimentación y bebidas, el gasto promedio diario supera los \$200.00 en ambas poblaciones. En la población local, el gasto promedio en transporte interno y actividades recreativas y culturales es muy similar (alrededor de \$30.000); en contraste, la población no local gasta más en actividades recreativas (\$63.174) que en transporte interno (\$47.978).

Comparativamente, un residente momposino tiene un gasto promedio diario de \$429.216, mientras que el gasto del turista alcanza los \$603.410. Adicional a este total diario, el visitante nacional o extranjero debe pagar alrededor de \$1.272.835 en alojamiento y transporte ida y regreso a Mompo; por lo que su gasto es mucho mayor.

Gráfico 30. Gasto promedio diario de los asistentes por rubros



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Por otro lado, el efecto indirecto total ascendió a \$7,8 mil millones, de los cuales, el 76,9% se generó en las actividades de alojamiento y servicios de comida, el 19,2% en comercio al por mayor y menor y 3,8% en transporte de pasajeros por distintas vías.

Tabla 11. Efecto económico indirecto del FestiJazz por actividades económicas

Actividad económica	Efecto indirecto
Alojamiento y servicios de comida	6.054.756.302,5
Comercio al por mayor y menor	1.513.689.076
Transporte de pasajeros	302.737.815,1
<b>Total</b>	<b>7.871.183.193,3</b>

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### Efecto económico inducido neto

El efecto inducido por el gasto directo e indirecto fue de \$4,3 mil millones, de los cuales el 63,5% fue aportado por alojamiento y servicios de comida, seguido de comercio al por mayor y menor con un 13,3%. En segunda instancia, las actividades profesionales, científicas y técnicas aportaron el 9,9%, las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios contribuyeron con 8,2% y finalmente el transporte de carga y pasajeros por distintas vías con el 5,2%

Tabla 12. Efecto económico inducido neto del FestiJazz por actividades económicas

Sector	Efecto total inducido neto
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	352.376.334,80
Actividades profesionales, científicas y técnicas	427.094.870,38
Alojamiento y servicios de comida	2.739.570.702,93
Comercio al por mayor y menor	572.628.577,31
Transporte	224.098.493,34
<b>Total</b>	<b>4.315.768.978,76</b>

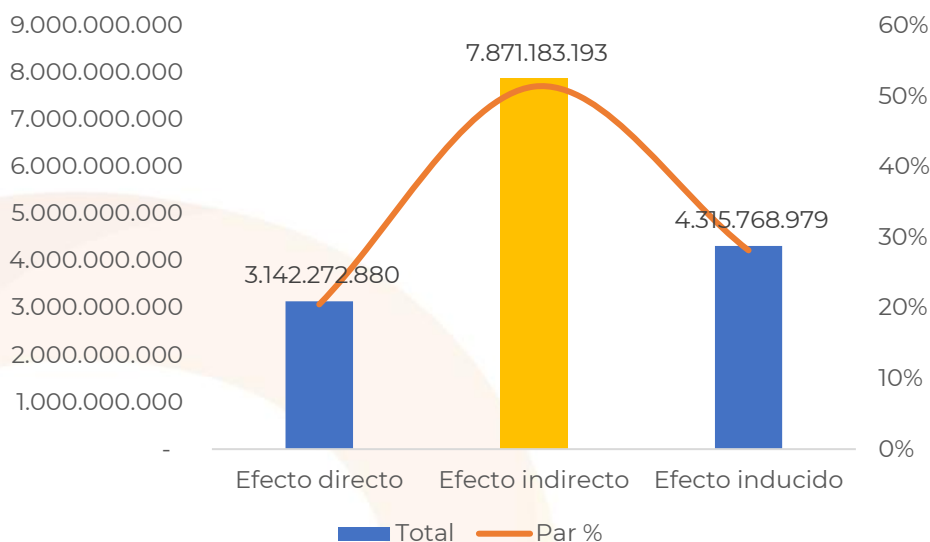
Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### Efecto económico total

En síntesis, el Festival de Jazz de Mompox 2025, realizado entre el 17 y el 20 de septiembre, generó un impacto económico local total estimado de \$15,3 mil millones de pesos, equivalente al 0,02440% del PIB del departamento de Bolívar. Del total, el 51,3% correspondió a gastos efectuados por los asistentes al evento, principalmente por la población no residente en Mompox, seguido por un 28% asociado al denominado “efecto derrame económico” y un 20%

vinculado a los gastos logísticos y de operación realizados por los organizadores.

Gráfico 31. Efecto económico total del Festijazz



Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

En cuanto a las actividades económicas beneficiadas, el mayor impacto se concentró en alojamiento y servicios de comida (58%) con \$8.932 millones aproximadamente. Le siguieron: comercio al por mayor y menor, en comisión o por contrata (14%), actividades profesionales, científicas y técnicas (13%), actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, y otras actividades de servicios (10%) y transporte terrestre, aéreo y fluvial de pasajeros y de carga (5%).

Tabla 13. Efecto económico total del Festijazz por actividad económica

Sector	Efecto económico total
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	1.558.318.616,80
Actividades profesionales, científicas y técnicas	2.061.594.948,37
Alojamiento y servicios de comida	8.931.092.525,45
Comercio al por mayor y menor, en comisión o por contrata	2.086.317.652,94
Transporte	691.901.308,47
<b>Total</b>	<b>15.329.225.052,03</b>

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

### 1.3 Análisis cualitativo del Festival de Jazz de Mompox

Por último, se realizó una medición técnica cualitativa para comprender las percepciones ciudadanas en torno al festival, a partir del procesamiento de 367 respuestas abiertas provenientes de encuestas aplicadas a turistas y residentes del municipio. Además del análisis de corpus de datos textuales, se incorporaron las observaciones de 18 diarios de campo y 7 entrevistas semiestructuradas realizadas durante el festival que complementaron la interpretación, fortaleciendo la validez cualitativa del estudio. Estas fuentes primarias de información permitieron triangular los hallazgos con percepciones directas de asistentes, organizadores, artistas y comerciantes, aportando profundidad contextual a los resultados de las encuestas.

#### 1.3.1 Metodología de la medición cualitativa local en Mompox

El texto libre documentado de estas respuestas fue analizado con el software IRaMuTeQ (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*), herramienta validada para el procesamiento de corpus textuales en estudios sociales por su precisión en el análisis de similitud y clasificación jerárquica descendente (Oliveira et al., 2020). El uso de IRaMuTeQ permite representar gráficamente las relaciones semánticas entre palabras, revelando estructuras de sentido colectivas útiles para investigaciones en gestión cultural y políticas públicas (Camargo et al., 2021; Araujo et al., 2022).

El procedimiento incluyó la depuración y normalización del corpus textual, la eliminación de palabras vacías en español y la aplicación del algoritmo de similitud léxica de IRaMuTeQ. Esta metodología cualitativa ha sido ampliamente adoptada en investigaciones recientes como las de Barros & Souza (2019) y Aguado et al. (2024), para explorar percepciones sociales y patrones discursivos complejos, especialmente en el campo de los eventos culturales y la comunicación pública.

Los parámetros de frecuencia mínima y la construcción del gráfico de análisis de coocurrencias se ajustaron siguiendo los lineamientos de análisis semánticos empleados en estudios de turismo y desarrollo cultural como los de Mignon & O'Brien (2021) y de Quinn (2025).

Paralelamente, el equipo investigador realizó observaciones etnográficas en los principales escenarios del festival como la feria artesanal y gastronómica, el desfile Río de Gente y los conciertos en la zona río y zona jazz, registrando comportamientos, interacciones y testimonios de actores locales y visitantes.



En el grafo resultante —que refleja tanto la frecuencia como la fuerza de asociación entre los términos— los nodos de mayor tamaño corresponden a palabras más repetidas y las líneas más gruesas indican vínculos semánticos más fuertes. Esta estructura permite comprender cómo los asistentes experimentaron el festival, qué elementos destacaron y qué aspectos señalaron como oportunidades de mejora. Lo anterior, fue dispuesto por el grupo investigador en núcleos semánticos diferenciados para su entendimiento y análisis.

### 1.3.2.1 Núcleo semántico principal: “manillas – evento – organización”

El centro del discurso gira en torno al término “manillas”, fuertemente conectado con “evento”, “entrega”, “gratis”, “persona” y “organización”. Los participantes se refirieron de manera reiterada al sistema de control de ingreso mediante manillas, las cuales —aunque totalmente gratuitas y distribuidas por la administración local— presentaron confusión en su entrega debido a la existencia de diferentes tipos y colores. La gratuidad fue valorada como una muestra de inclusión y acceso democrático, pero la forma de distribución generó congestión y dudas entre los visitantes. La palabra “entrega” se asocia con “información” y “turista”, lo que indica que el problema no fue el costo, sino la falta de información clara sobre los puntos, requerimientos y horarios de entrega. El acceso gratuito reafirma el carácter público del festival y su vocación de democratización cultural. Sin embargo, las fallas logísticas derivadas de la segmentación por colores y la comunicación insuficiente a la comunidad generaron costos de transacción simbólicos, es decir, pérdida de tiempo y malestar que reducen el bienestar percibido del visitante.

En varios diarios de campo se registró que algunos asistentes intentaron revender las manillas gratuitas, lo que generó discusiones con el personal de logística y percepción de exclusión entre ciertos espectadores. La gratuidad fue valorada como una muestra de inclusión y acceso democrático, pero la forma de distribución generó confusión y malestar. Una entrevista con un asistente señaló que la segmentación de manillas creó la idea de zonas “VIP”, lo cual contradice el sentido comunitario del festival:

---

*“...me llamó mucho la atención el hecho de que anoche cuando fui a entrar al concierto [...] la noche del viernes, encuentro que había una*

*zona VIP que me piden por una boleta 100.000 y por otra boleta 200.000.*

*Eso pues me lleva a mí a decir que es un festival que lo hicieron y que está diseñado para la élite del departamento de Bolívar y de todo el país, porque aquí encontré grandes personalidades [...] Entonces, ¿qué hay? ¿Cómo queda la gente que quiere disfrutar del concierto y que quiere tocar a los artistas si no tiene los 200.000?*

*O sea, yo pienso que es un festival del jazz de todos, para todos, y no está siendo lo suficientemente incluyente.”*

### **1.3.2.2 Subred de movilidad y acceso: “mejorar – movilidad – acceso – organización”**

Otro grupo semántico importante se articula en torno a las palabras “mejorar”, “movilidad” y “acceso”, asociadas a “organización” y “concertar”. Estas conexiones muestran que las principales solicitudes del público no se relacionan con el costo del transporte, sino con la circulación dentro del municipio durante los días del festival. Muchos comentarios hacen referencia a calles cerradas sin señalización ni rutas alternas, lo que provocó confusión tanto en los turistas como en los habitantes. La movilidad urbana se percibió como limitada, afectando el desplazamiento entre escenarios, hoteles y zonas de alimentación. El cierre no planificado de vías redujo la fluidez del consumo turístico, impidiendo que los visitantes aprovecharan plenamente la oferta local de bienes y servicios. Esta situación representa una externalidad negativa sobre el gasto y sobre la imagen de eficiencia urbana, enfatizando la necesidad de articular las áreas de cultura, tránsito y turismo en la gestión futura del evento.

Los diarios de campo evidencian que varias calles principales permanecieron cerradas al tránsito vehicular sin aviso, provocando demoras y desorientación entre visitantes. En particular, se describe una afluencia dispersa de personas y confusión sobre los accesos debido a la lluvia y falta de señalética y articulación entre eventos. Esto redujo la fluidez del consumo turístico y afectó la experiencia general.

### **1.3.2.3 Subred de orden y capacidad de carga: “evento – pueblo – desorden – mucho”**

El conjunto conformado por “evento”, “pueblo”, “desorden” y “mucho” evidencia preocupaciones sobre la congestión y el manejo del espacio público. Las respuestas aluden a una gran afluencia de visitantes que, si bien muestra el éxito de convocatoria, también sobrepasó la capacidad de organización y control. El término “mucho” suele acompañar a expresiones como “mucho desorden”, “muchoa gente” o “muchos vehículos”, reflejando la tensión entre entusiasmo y saturación urbana. Estos hallazgos se asocian con fenómenos de capacidad de carga excedida, donde el número de asistentes supera la infraestructura disponible. Las consecuencias incluyen disminución de la satisfacción, deterioro de servicios públicos y pérdida de eficiencia en el gasto turístico, afectando temporalmente la rentabilidad del evento para la economía local.

En la noche del viernes se documentaron momentos de tensión entre la zona río y la zona jazz debido al colapso de vallas y el ingreso masivo de personas a la parte más cercana a la tarima tras el show de drones. Los registros de campo describen cómo el equipo de logística logró controlar los incidentes, pero la percepción de inseguridad se mantuvo entre los asistentes.

### **1.3.2.4 Subred de valoración positiva e institucionalidad: “bueno – excelente – tema – gobernador – personal”**

Las palabras “bueno”, “excelente”, “tema” y “personal” forman un grupo de significados asociados a la satisfacción con la experiencia. Los asistentes valoraron la calidad artística, la atención del personal y el ambiente general. El término “gobernador”, que aparece conectado a “comunicación” y “dar”, alude a la presencia institucional del gobierno departamental, reconocida como signo de respaldo político y apoyo a la cultura. Aunque no es un nodo de alta frecuencia, su mención revela el papel del liderazgo político en la organización y la percepción de la ciudadanía. La presencia del gobernador refuerza la idea de gobernanza cultural y legitimidad institucional del evento. Desde la perspectiva económica, este respaldo público consolida la inversión en cultura como política de desarrollo y contribuye al posicionamiento regional del festival.

Los testimonios coinciden en resaltar la presencia del gobernador y su equipo, reconociendo su cercanía con el público y su papel en la mejora urbana. En algunas entrevistas, los asistentes afirmaron que:

---

*“El gobernador ha aportado un 200% y la gente lo quiere”. “La Gobernación se ha sobrado, cada año lo hacen mejor”. “Las redes sociales han jalonado mucha gente de afuera y eso es bueno para el pueblo y el turismo”*

---

Asociando la inversión pública con orgullo local. Esta valoración refuerza la legitimidad institucional del festival como política cultural del departamento.

### **1.3.2.5 Subred cultural: “conciertos – jazz – artistas – comunidad”**

Las notas de campo destacan la diversidad de público —familias, turistas extranjeros y locales— y la emoción durante el desfile Río de Gente, con participación de artistas con discapacidad y neurodiversos. Asimismo, entrevistas con habitantes señalan que, aunque el jazz no es parte de la tradición musical momposina, el festival ha sido una puerta para mostrar el talento local y fortalecer la identidad. El festival se consolida, así como un espacio de cohesión social y orgullo territorial.

Este grupo representa el núcleo simbólico y artístico del discurso. Las palabras “conciertos”, “jazz”, “artistas” y “comunidad” se vinculan de manera coherente, resaltando el orgullo local, la participación y la calidad musical del festival. El término “grande”, conectado a este clúster, refuerza la percepción de magnitud y reconocimiento del evento. Estas asociaciones muestran cómo el festival genera capital simbólico (identidad, orgullo) y capital social (cohesión, participación). Ambos elementos son esenciales para la sostenibilidad cultural y el fortalecimiento del turismo cultural en el largo plazo. Adicionalmente, las observaciones de campo complementan esta visión, mostrando cómo la lluvia, el calor y la falta de sombra influyeron en la permanencia del público, mientras la música y el ambiente familiar actuaron como factores de resiliencia social.

El anterior análisis de similitud por núcleos reveló así una narrativa ciudadana que combina entusiasmo cultural y críticas operativas. Los asistentes valoran la gratuidad del evento y la calidad artística, pero identifican oportunidades

de mejora en la organización logística, la movilidad y la planificación urbana. Las principales dimensiones interpretativas se sintetizan en la siguiente tabla.

Tabla 14. Síntesis análisis de similitud por ejes semánticos

Eje semántico	Palabras clave	Significado central	Implicaciones económicas y sociales
Acceso y logística	manillas, entrega, gratis, organización	Acceso libre con fallas en la información y control	Costos simbólicos; necesidad de mejor comunicación y coordinación
Movilidad urbana	mejorar, movilidad, acceso	Dificultades de desplazamiento por cierres y falta de señalización	Externalidades negativas; reducción del gasto turístico potencial
Capacidad de carga	evento, pueblo, desorden, mucho	Alta afluencia que supera la infraestructura disponible	Pérdida de bienestar y eficiencia operativa
Valoración general e institucionalidad	bueno, excelente, personal, gobernador	Alta satisfacción y reconocimiento político	Legitimidad de la inversión pública en cultura
Dimensión cultural	conciertos, jazz, artistas, comunidad	Orgullo e identidad local; vínculo social	Generación de capital simbólico y cohesión territorial

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas

Los resultados coinciden con hallazgos de investigaciones recientes que demuestran cómo los festivales culturales fortalecen la identidad colectiva, el orgullo local y la economía creativa regional (Aguado et al., 2024; Kang, 2024). Asimismo, la coexistencia de comentarios positivos sobre el contenido artístico y críticas logísticas es consistente con la literatura sobre sostenibilidad y gobernanza cultural (Quinn, 2025; Derrett, 2020).

El Festival de Jazz de Mompox 2025 es percibido entonces como un evento inclusivo, gratuito y de alto valor simbólico, que fortalece la identidad del municipio y dinamiza su economía cultural. No obstante, los resultados evidencian la necesidad de reforzar la planificación logística y la gestión urbana durante el desarrollo del festival. Las manillas gratuitas simbolizan la democratización del acceso, pero requieren una logística más clara y señalizada. Las restricciones viales sin información suficiente limitaron la movilidad y afectaron la experiencia de los visitantes. Asimismo, la presencia institucional del gobernador refuerza la percepción de respaldo político, posicionando al evento como proyecto cultural de alcance regional.

En conjunto, los hallazgos permiten concluir que el festival genera externalidades negativas temporales (congestión, desorganización) pero

también externalidades positivas de largo plazo (identidad, reputación, cohesión social y dinamización turística). Optimizar la coordinación interinstitucional y la comunicación con el público permitirá consolidar este evento como referente de economía cultural sostenible en el Caribe colombiano.

### **1.3.2.6 Recomendaciones y oportunidades de mejora según la percepción ciudadana**

El FestiJazz 2025 ha alcanzado un reconocimiento regional que lo posiciona como un activo estratégico del Caribe colombiano. Sin embargo, los resultados anteriormente expuestos desde lo cualitativo muestran que su potencial se ve limitado por vacíos de coordinación institucional, deficiencias logísticas y la falta de una planeación municipal integrada al evento. Las siguientes recomendaciones buscan orientar la acción pública hacia un modelo de gobernanza cultural sostenible, sustentado en evidencias y buenas prácticas internacionales.

#### **Mejorar sistema de ingresos por manillas**

Aunque las entradas fueron gratuitas, la existencia de distintos colores y tipos, sumada a la ausencia de comunicación clara, generó confusión, congestión en los puntos de entrega y percepciones de exclusión. Para futuras ediciones, se recomienda revisar a fondo el modelo actual bajo tres enfoques complementarios: simplificación del sistema, transparencia en la distribución y posible implementación de cobro diferenciado con criterios de equidad y sostenibilidad.

La primera opción consiste en eliminar la segmentación de colores y adoptar un solo tipo de manilla para todos los asistentes. Esta medida simplificaría el proceso, reforzaría la percepción de igualdad y disminuiría los costos operativos. En este esquema, el control de ingreso podría mantenerse mediante un código QR individual o un registro digital que permita contabilizar aforos sin generar distinciones visibles. El Glastonbury Festival en el Reino Unido ofrece un referente exitoso de esta práctica, pues utiliza una única manilla RFID para todos los asistentes, combinando seguridad, trazabilidad y equidad simbólica (Glastonbury Festivals, 2024). De manera similar, el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez en Cali adoptó desde 2022 un sistema unificado de acceso para las zonas públicas, lo que

redujo la reventa informal y mejoró la percepción de orden (Secretaría de Cultura de Cali, 2023).

La segunda alternativa, que no necesariamente excluye la primera, plantea la posibilidad de mantener un porcentaje reducido de manillas con cobro simbólico, siempre que se comunique y administre bajo un principio de valor compartido. En este caso, el acceso general seguiría siendo gratuito para la mayoría de los asistentes, mientras que una fracción menor del aforo podría destinarse a zonas con servicios logísticos diferenciados, cuyo costo sea razonable y transparente. Este aporte no debe entenderse como una barrera económica, sino como un mecanismo de corresponsabilidad social, donde el valor recaudado se reinvierta en procesos culturales locales, formación musical o fortalecimiento de artistas emergentes. El Festival Internacional de Jazz de Montreal ha aplicado un modelo semejante: la mayoría de sus conciertos son gratuitos, pero ciertos espacios cubiertos tienen un precio moderado y los ingresos se destinan a programas de fomento artístico (Montréal International Jazz Festival, 2023).

Sea cual sea la decisión —unificación total o cobro parcial—, la clave estará en la comunicación pública. El problema principal no fue la gratuidad, sino la ausencia de información oportuna. Por ello, se recomienda desarrollar campañas de difusión multicanal antes y durante el evento, utilizando radio comunitaria, redes sociales, señalización y puntos informativos en hoteles y espacios turísticos. Los mensajes deben ser consistentes, breves y pedagógicos, explicando con claridad el sentido del sistema adoptado y subrayando que el festival sigue siendo un espacio abierto y democrático. El Festival Internacional Cervantino en México ofrece un ejemplo útil: sus organizadores emplean un código de colores y mensajes uniformes para explicar las diferentes modalidades de ingreso, reduciendo significativamente la confusión entre el público (Secretaría de Cultura de México, 2022).

Finalmente, cualquier ajuste al sistema debe presentarse dentro de un marco de equidad cultural. Si se mantiene el acceso gratuito universal, se consolidará la imagen del festival como bien público y símbolo de democratización cultural. Si se implementa un cobro simbólico para una porción del aforo, este debe enmarcarse como una contribución voluntaria orientada al fortalecimiento de la cultura local y no como una distinción elitista. La legitimidad del evento depende de que la ciudadanía perciba que el festival no restringe derechos, sino que construye colectivamente valor cultural y económico. En este sentido, la decisión sobre las manillas no es solo operativa,

sino profundamente política, pues comunica cómo el Estado concibe la relación entre cultura, ciudadanía y desarrollo territorial.

### Consolidar la gobernanza cultural del festival

Para garantizar continuidad y eficiencia, el festival debe trascender el esquema anual de organización coyuntural y convertirse en programa permanente de política pública departamental, con objetivos, metas y presupuesto definidos. Experiencias como el Montreal International Jazz Festival demuestran que los eventos culturales con financiamiento estable y planificación plurianual generan retornos sociales y económicos sostenibles, al consolidar un ecosistema de trabajo cultural formalizado (Parliament of Canada, 2021).

En el caso de Bolívar, se recomienda adicionalmente la adopción de un sistema de evaluación anual que continúe con la triangulación económica, financiera y social realizada en la versión 2025 -inspirado en el modelo británico eventIMPACTS (Department for Culture, Media and Sport [DCMS], 2023)-, lo que permitiría medir de manera continua los resultados en términos de cohesión social, gasto turístico, empleo temporal y satisfacción ciudadana, aportando evidencia empírica para justificar futuras inversiones.

La evidencia demuestra que el FestiJazz se está consolidando no solo como una celebración artística, sino que puede llegar a ser un instrumento de política pública capaz de generar cohesión social, desarrollo económico e identidad regional. Sin embargo, para sostener su legitimidad requiere pasar de la gestión reactiva a una planificación estructural basada en datos, donde la cultura se entienda como parte de la política urbana, ambiental y social del territorio. Implementar las medidas aquí propuestas permitirá transformar el festival en un modelo de economía cultural sostenible para el Caribe colombiano.

## CONCLUSIONES

El Festival del Jazz se ha posicionado como un gran evento y referente nacional e internacional atrayendo gran número de turistas que impulsaron la dinamización de la economía local, además tiene mucho potencial para seguir creciendo. La medición cuantitativa permitió estimar un efecto económico de \$15,3 mil millones de pesos, equivalente al 0,02440% del PIB del departamento de Bolívar; del cual el 51% fue aportado por los asistentes al evento, principalmente los visitantes no residentes en Mompox, seguido por un 28% asociado al efecto inducido del gasto y un 20% vinculado a los gastos efectuados por los organizadores del evento.

Las actividades económicas más beneficiadas, estuvieron relacionadas con el núcleo de la cadena de valor del turismo de eventos, lo cual corresponde al subsector de alojamiento y servicios de comida con \$8.932 millones y aun representación del 58%, seguido de comercio al por mayor y menor, en comisión o por contrata con el 14% (\$2,08 mil millones), actividades profesionales, científicas y técnicas con el 13% (\$2,06 mil millones), actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios con una participación de 10% y un total de \$1,5 mil millones y finalmente transporte terrestre, aéreo y fluvial de pasajeros y de carga con el 5% de participación equivalente a \$691,9 millones.

El perfil de los asistentes fue diverso, en su gran mayoría una población joven-adulta, 56% mujeres y 44% hombres; el 74% se identificó como empleados o trabajadores independientes y el 92% de estos financiados por cuenta propia. Además, el 2% provenía del extranjero y 98% era residente de Colombia, dentro del cual, el 32% correspondía a residentes de Mompox y 66% a residentes de otras ciudades del país, principalmente municipios aledaños en la depresión Momposina, la región Caribe y otros visitantes del Eje cafetero, la región Pacífica occidental y de los Andes. De la población no local, el 85% manifestó que su principal motivación para viajar fue asistir al Festijazz, con una permanencia promedio de cuatro días en el municipio.

Finalmente, el 60% de los asistentes indicó haber participado en ediciones anteriores, lo que refleja un alto nivel de fidelización hacia el evento. Resultado que es consistente con un 90% de satisfacción relacionada la calidad artística del Festival, el desarrollo cultural y la preservación de las tradiciones.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguado, L. F., Heredia-Carroza, J., Espinosa Espinosa, A., Garizado-Román, P. A., & Duque-Sandoval, H. (2024). *Anatomy of the economic value generated by a cultural event*. *Journal of Business Economics and Management*, 25(4), 828-848. <https://doi.org/10.3846/jbem.2024.22066>
- Araujo, A. C. M., de Souza, M. A. R., & Alves, G. N. (2022). *Application of IRaMuTeQ in social research: a methodological contribution*. *Interface – Comunicação, Saúde, Educação*, 26, e210234. <https://doi.org/10.1590/interface.210234>
- Barros, S. C., & Souza, M. R. (2019). *Analyzing textual data with IRaMuTeQ: advances in social research*. *Texto & Contexto – Enfermagem*, 28, e20180286. <https://doi.org/10.1590/1980-265X-TCE-2018-0286>
- Camargo, B. V., Justo, A. M., & Lima, T. M. (2021). *IRaMuTeQ in the analysis of social representations: methodological perspectives*. *Psicologia: Teoria e Prática*, 23(1), 1-14. <https://doi.org/10.5935/1980-6906/ePTP2021231010>
- Department for Culture, Media and Sport [DCMS]. (2023). *eventIMPACTS Toolkit*. <https://www.eventimpacts.com>
- Derrett, R. (2020). *Community festivals: creative spaces for sustainable social change*. *Event Management*, 24(6), 825-838. <https://doi.org/10.3727/152599519X15506259856621>
- Gómez, G., & De Sena, A. (2005). Niveles de análisis y falacia ecológica en las primeras aproximaciones a la tarea investigativa. *Memoria Académica, compartimos lo que sabemos UNLP-FaHCE*. Universidad Nacional de La Plata.
- Instituto de Políticas de Desarrollo. (s.f). *Diez festivales en Colombia: valores e impacto*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Kang, S. (2024). *Assessing economic impacts of Mile High 420 Festival in Colorado*. *Sustainability*, 16(5), 2482. <https://doi.org/10.3390/su16052482>
- Mignon, I., & O'Brien, D. (2021). *How to value a cultural festival? The case of Petronio Álvarez Pacific Music Festival*. *International Journal of Event and Festival Management*, 12(2), 145-162. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-10-2020-0101>
- Montréal International Jazz Festival. (2023). *Sustainable development*. <https://montrealjazzfest.com/en/sustainable-development>
- Oliveira, D. C., Souza, M. A. R., & Gomes, L. C. (2020). *IRaMuTeQ in qualitative research: integrative review*. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 73(Suppl 1), e20190689. <https://doi.org/10.1590/0034-7167-2019-0689>
- Parliament of Canada. (2021). *Brief: Implement permanent funding to support Canada's festivals and major events*. <https://www.ourcommons.ca>

- Quinn, B. (2025). *Understanding urban cultural festivals as social infrastructure*. *Geography Compass*, 19(5), e70042. <https://doi.org/10.1111/gec3.70042>
- Ramos Ruiz, J., Polo Otero, J., & Arrieta Barcasnegras, A. (2017). Análisis insumo-producto y la inversión pública: una aplicación para el caribe colombiano. *Cuadernos de economía*, 36(70), 137-167.
- Secretaría de Cultura de Cali. (2023). *Informe de gestión del Festival Petronio Álvarez 2022*. Alcaldía de Santiago de Cali.
- Secretaría de Cultura de México. (2022). *Reporte de comunicación y accesos del Festival Internacional Cervantino 2022*. Gobierno de México.
- Wyk, L., Saayman, M., & et al. (2015). Regional economic impacts of events: a comparison of methods. *Sajems NS*, 18(2), 155-176. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.17159/2222-3436/2015/v18n2a2>



@@camaracartagena f Cámara de Comercio de Cartagena

in @ X Cámara de Comercio de Cartagena

www.cccartagena.org.co

Manga, Edificio Seaport 3 calle 28 #27-23