

EFEECTO ECONÓMICO

FESTIVAL DE BANDAS DE BOLÍVAR

2025



FECHA PUBLICACIÓN

Agosto 2025

ISSN: 2745-1755 (En línea)

EDITORES

Stefannía García Lacouture
Jefe de Investigaciones Económicas

José Alfonso Sáenz- Zapata
Coordinador de Investigaciones

Roxana López Fernández
Directora de Competitividad
Gobernación de Bolívar.

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

©Cámara de Comercio de Cartagena

Contacto: investigaciones@cccartagena.org.co

Diseño

Esta publicación es posible gracias al apoyo de la Cámara de Comercio de Cartagena y la Universidad Libre, que realizó la captura de información a través del Grupo de Investigación Estudios Sociales Contemporáneos y el grupo de semilleros INNOVAGESTION, liderado por el profesor e investigador Diego A. Cardona A.

Contenido

1.	Introducción.....	3
2.	Metodología.....	3
3.	Resultados.....	6
4.	Conclusiones.....	12

Índice de gráficas

Gráfico 1.	Participación porcentual según sexo.....	6
Gráfico 2.	¿Cuál es su ocupación actualmente?, Participación porcentual.	7
Gráfico 3.	Reside en:	8
Gráfico 4.	¿Cuál fue el motivo de su viaje a la ciudad de Cartagena? Participación porcentual	9
Gráfico 6.	Durante su estadía en la ciudad se aloja en. Participación porcentual.....	9
Gráfico 7.	¿Es la primera vez que asiste al Festival de Bandas?. Participación porcentual	10
Gráfico 9.	¿Cómo le ha parecido la organización del evento? Participación porcentual	11

Índice de gráficas

Tabla 1.	Efecto económico según sectores económicos.....	12
----------	---	----

XII Festival de Bandas de Bolívar, 2025

1. Introducción

La Cámara de Comercio de Cartagena cuenta con una agenda de investigación orientada a medir el efecto económico de los festivales en la ciudad. En este marco, ya se han evaluado el Hay Festival 2023, el Desfile de Independencia de ese mismo año, el Festival Internacional de Cine FICCI 2024, el Festival de Bandas 2024, el turismo religioso en Semana Santa 2025 y, más recientemente, nuevamente el Festival de Bandas en 2025.

Con este esfuerzo, la Cámara busca generar conocimiento que evidencie la importancia de los festivales en la dinámica de la economía local, lo cual debe motivar su promoción y una mayor inversión en el desarrollo de eventos culturales.

El documento que tiene en sus manos corresponde a la más reciente entrega de esta agenda de investigaciones sobre el efecto económico de los festivales. Esperamos que este conocimiento se convierta en un insumo útil para los tomadores de decisiones en materia de desarrollo económico local, contribuyendo a potenciar este festival y otros que forman parte de la riqueza cultural de la ciudad.

El documento está estructurado de la siguiente manera: en primer lugar, se presenta la metodología; luego, los resultados de la encuesta aplicada a los asistentes al evento, así como el análisis del efecto económico del festival; y, finalmente, se exponen las conclusiones.

2. Metodología

El efecto económico del Festibandas corresponde a la suma del efecto económico directo, el indirecto y el inducido neto, de acuerdo con la siguiente ecuación:

$$\text{Efecto total} = \text{Efecto directo} + \text{Efecto indirecto} + \text{Efecto inducido neto} [1]$$

Efecto directo: El efecto directo hace alusión al gasto en el que incurren los organizadores en la logística y puesta en marcha del evento.

Efecto indirecto: Corresponde al gasto realizado por los visitantes del evento, especialmente aquellos que no residen en la ciudad sede. No obstante, dado que se trata de un festival local en el que la mayoría de los asistentes residen en Cartagena, en el cálculo también se incluyó a la población local.

El cálculo de la población no local (no residentes en Cartagena), siguió la lógica de la siguiente ecuación:

$$PNL = PT * \%no\ locales * [(100\% * \%motivo\ principal) + (50\% * \% un\ motivo)]$$

[2]

PNL: Población no local

PT: Población 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 asistieron al evento.

Por su parte, el cálculo de la población local fue el siguiente:

$$PL = PT * \%locales$$

[3]

PL: Población local

%locales: Porcentaje de personas que residen en Cartagena que asistieron al evento.

Dado que el Festibandas se desarrolló durante dos días en diferentes locaciones, varias personas asistieron a ambos eventos, lo que podría generar una doble contabilización de esa población. Para reducir la sobreestimación derivada de esta situación, se diseñó y aplicó un factor de corrección basado en la muestra encuestada. El factor de corrección es el siguiente:

$$\widehat{PT} = \left(\frac{n}{\rho}\right) PT \therefore \left(\frac{n}{\rho}\right) \in [0,1]$$

[4]

\widehat{PT} : Estimación de la población total que asistente al festival sin repetición de individuos que asistieron los dos días.

n: Tamaño de la muestra

ρ : Tamaño de la muestra con repetición, esta incorpora el número de eventos al que asistió cada persona en la muestra.

PT: Población con repetición

Efecto inducido neto: El efecto inducido neto permite capturar el efecto que tiene el gasto de los asistentes al evento y de los organizadores en el resto de la economía, es lo que se conoce comúnmente como el “efecto derrame económico”; para lograr esta medición, se emplean los multiplicadores de producto de la matriz insumo producto, este permite saber cuál será la producción necesaria para satisfacer el incremento en la demanda de un sector cualquiera de la economía (Ramos, Polo, & Arrieta, 2017).

$$F_1 = X_0 + a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + a_{1n}X_{1n} \therefore a_{1n} = \frac{x_{ij}}{X_{ij}} [5]$$

X_{ij} : Total producción del sector 1

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

La ecuación [5] puede reescribirse como:

$$F = (I - A)X[6]$$

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:

$$X = (I - A)^{-1}F[7]$$

El multiplicador de producto se calcula de la siguiente manera:

$$MP_i = \sum_{i=1}^n (I - A)^{-1}F[8]$$

Para esta investigación, se aplicó la matriz de Haddad Eduardo , Galvis, Luis , et al (2018). (Haddad & Glavis , 2018)

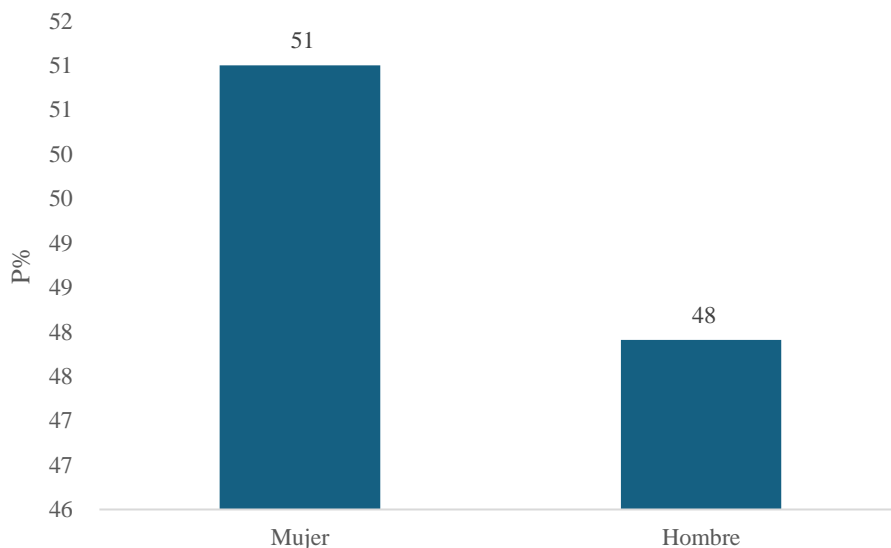
3. Resultados

Durante la realización del XIII Festival de Bandas de Bolívar Cartagena 2025, realizado los días 25 y 26 de julio en la ciudad de Cartagena, el primer día en el parque Lacides Segovia del barrio Manga y el segundo en la Plaza de Todros, se aplicó una encuesta con el fin de caracterizar a los visitantes y conocer su comportamiento de gasto, información clave para medir el efecto económico del evento.

De acuerdo con Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar – ICULTUR, para el primer día se esperaba una afluencia cercana a 1.300 personas, mientras que para el segundo día se proyectaba la asistencia de alrededor de 7.000. La encuesta aplicada alcanzó un total de 549 registros, distribuidos en un 47,18% en el parque Lacides Segovia y un 52,82% en la Plaza de Toros.

Los resultados de las variables demográficas indican que el 51% de los asistentes al festival fueron mujeres. Solo el 0,73% se identificó como perteneciente a una minoría étnica y una proporción similar como migrante. En general, el 97% no se reconoció dentro de ninguna población vulnerable.

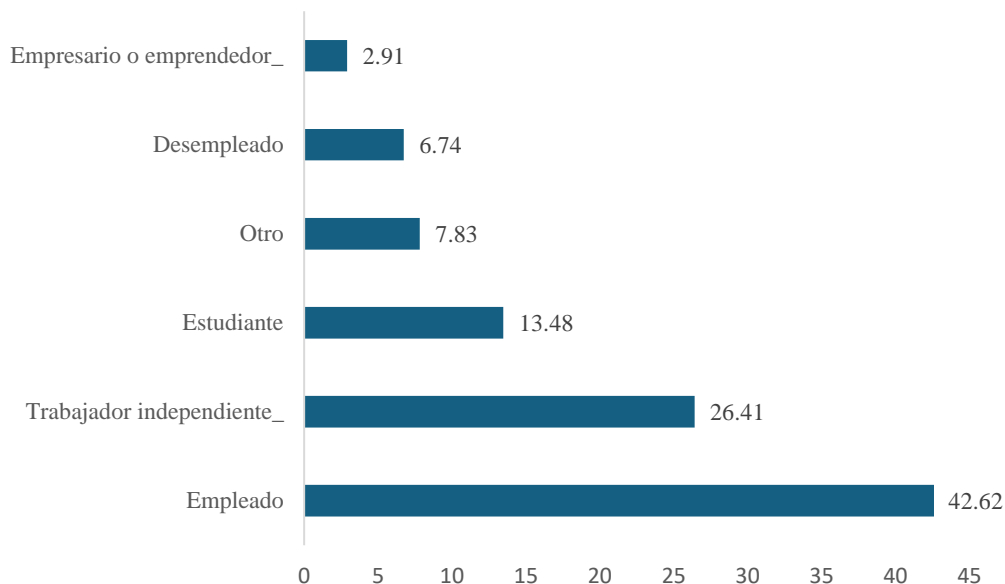
Gráfico 1. Participación porcentual según sexo



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes al Festibandas

Por otra parte, el 42,62% de los asistentes al evento son empleados, seguido por un 26,41% que se desempeñan como trabajadores independientes. En proporciones menores se encuentran los empresarios o emprendedores, con apenas un 2,91%, y las personas desempleadas, con un 6,74%. Los estudiantes representan un punto intermedio, con el 13,48%.

Gráfico 2. ¿Cuál es su ocupación actualmente?, Participación porcentual.

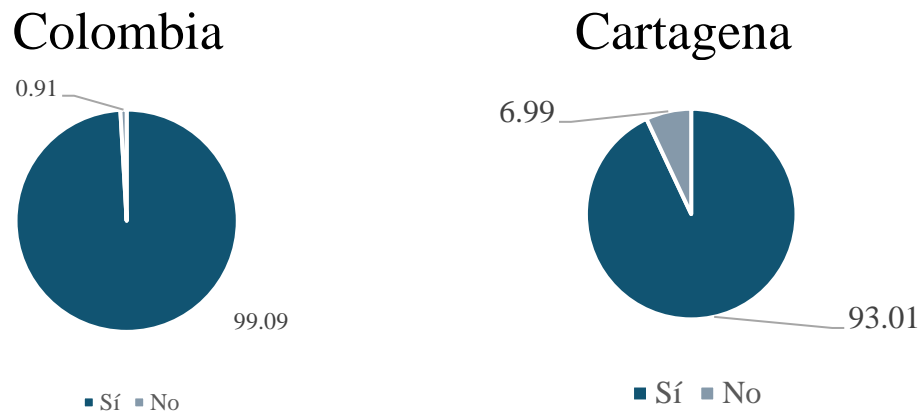


Fuente: Encuesta aplicada a visitantes al Festibandas

El 99% de las personas que asistieron al evento residen en Colombia; dentro de este grupo, el 93,1% vive en Cartagena, lo que evidencia que la audiencia del festival es principalmente local. Entre los pocos asistentes que residen en el exterior se destacan Estados Unidos (3 personas), Bélgica (1 persona) y Perú (1 persona).

Por su parte, entre quienes viven en Colombia, pero fuera de Cartagena, sobresalen municipios del departamento de Bolívar como San Juan Nepomuceno, Turbaco, Mompo, Calamar, Córdoba (Bolívar), Turbana, Zambrano y El Carmen de Bolívar. También se registró la asistencia de personas provenientes de otras ciudades del país, como Sincelejo, Barranquilla, Montería, entre otras.

Gráfico 3. Reside en:

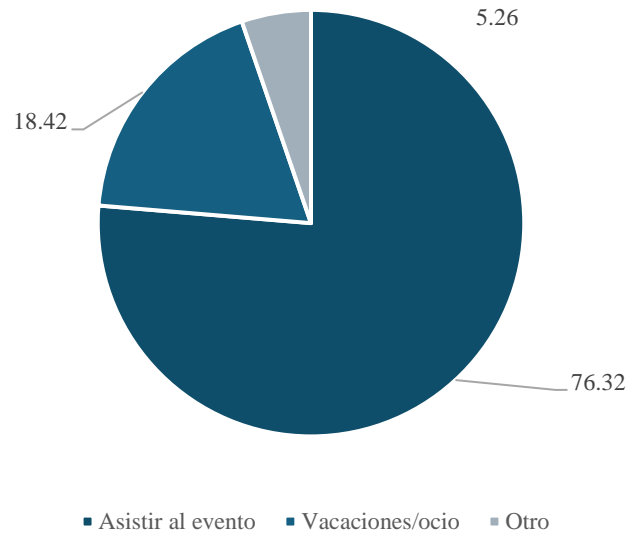


Fuente: Encuesta aplicada a visitantes al Festibandas

De las pocas personas que no residen en la ciudad de Cartagena, el 76,32% viajó motivado específicamente por asistir al evento, mientras que el 23,68% lo hizo por vacaciones, ocio u otras razones, y posteriormente decidió asistir al festival.

En cuanto al medio de transporte, el 74,42% de los visitantes que viajaron a la ciudad lo hicieron por vía terrestre, lo que respalda la idea de que provienen en su mayoría de municipios cercanos, reafirmando así el carácter local con alcance regional del evento. El 25,8% restante llegó por vía aérea.

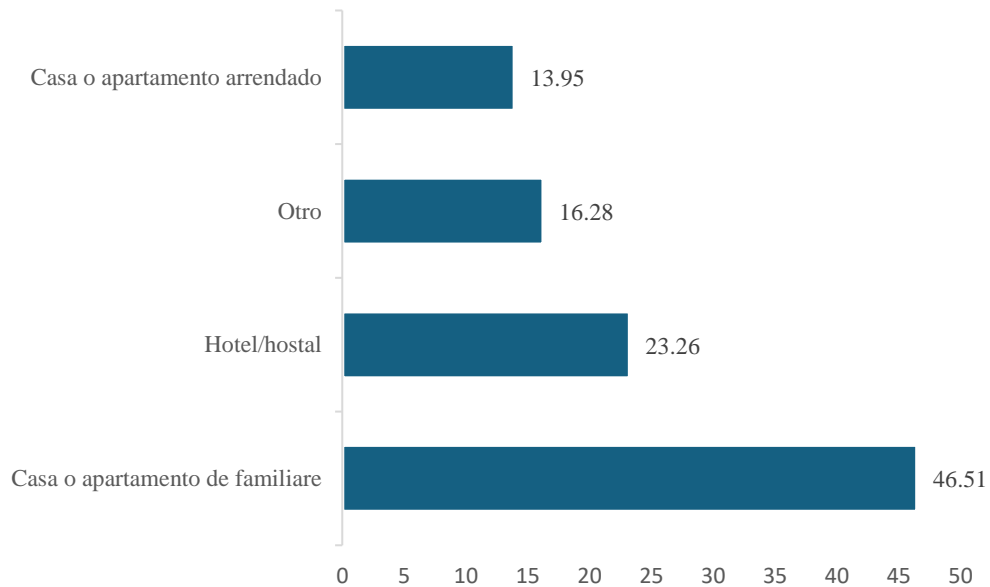
Gráfico 4. ¿Cuál fue el motivo de su viaje a la ciudad de Cartagena? Participación porcentual



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes al Festibandas

De otra parte, el 46,51% de los visitantes se alojó en casa o apartamento de un familiar, seguido de un 24% que pernoctó en un hotel u hostel. Lo anterior evidencia que casi la mitad de los visitantes tiene familiares en Cartagena, lo que refleja la existencia de lazos culturales con la ciudad.

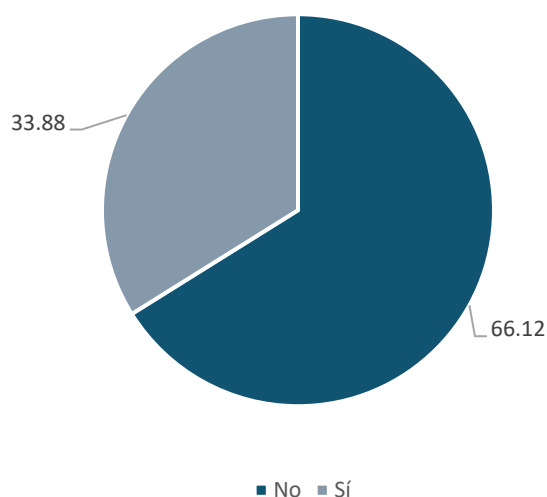
Gráfico 5. Durante su estadía en la ciudad se aloja en. Participación porcentual



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes al Festibandas

El 66,12% de los asistentes al Festibandas ha participado en más de una edición, lo que refleja un alto nivel de fidelización y la consolidación del festival a lo largo del tiempo. Por otra parte, los principales canales de difusión del evento fueron las redes sociales (49,18%), la recomendación de un amigo (32,42%) y los medios de comunicación (10,02%). Estos resultados muestran la importancia de seguir fortaleciendo el posicionamiento del festival a través de las redes sociales, así como garantizar una experiencia positiva para los asistentes, de manera que el voz a voz continúe siendo un medio eficaz de promoción.

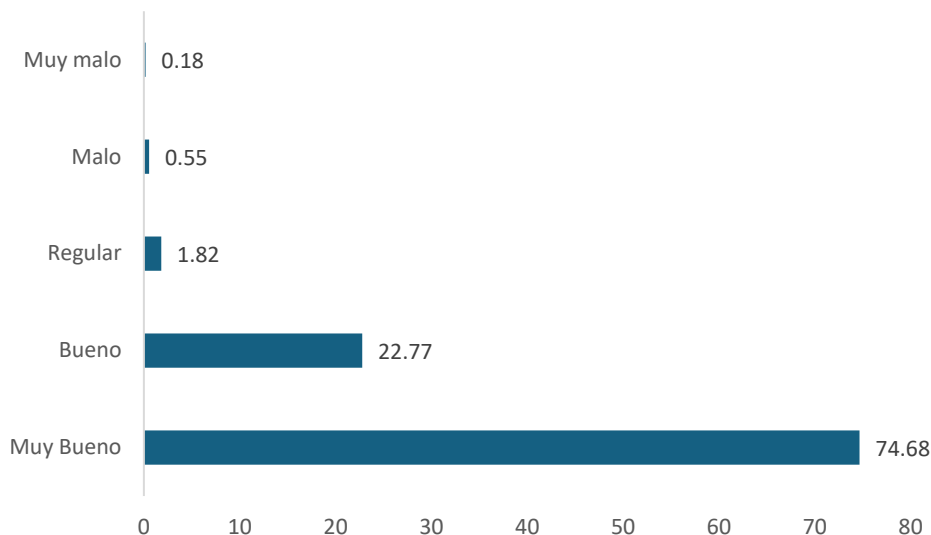
Gráfico 6. ¿Es la primera vez que asiste al Festival de Bandas?. Participación porcentual



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes al Festibandas

El 97,45% de los asistentes calificó la organización del evento como buena o muy buena, destacándose que el 74,68% la consideró muy buena. De igual forma, la experiencia en la ciudad de Cartagena fue valorada como muy buena por el 61,57% de los participantes y como buena por el 36,43%.

Gráfico 7. ¿Cómo le ha parecido la organización del evento? Participación porcentual



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes al Festibandas

Por último, el efecto económico del Festibandas 2025 se estimó en \$2.719 millones, lo que equivale al 0,00433% de la proyección del PIB de Bolívar para ese año¹. Del total, el 65% correspondió al efecto indirecto, asociado principalmente al consumo de los asistentes; el 13% al efecto directo y el 22% al efecto inducido neto.

Por sectores de la economía, “Alojamiento y servicios de comida” concentró el 77% del impacto económico total, posicionándose como el mayor beneficiado. En segundo lugar, aunque a gran distancia, se ubicó “Transporte terrestre y por tuberías” (14%), seguido de “Actividades artísticas, de entretenimiento, recreación y otros servicios” (5%) y “Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo” (3%). Finalmente, “Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica” aportó el 0,4%.

Al comparar los resultados del efecto económico del Festibandas 2025 con los de 2024, se observa un aumento del 7%, al pasar de \$2.542 millones (a precios de 2025) en 2024 a \$2.719 millones en 2025.

¹ Se aplicó la proyección del PIB para Colombia de 2025 estimada por el Banco de la República en 2.7% en su informe de la Junta Directiva al Congreso de la República -julio de 2025

Tabla 1. Efecto económico según sectores económicos en \$

Sector	Efecto directo	Efecto indirecto	Total efecto inducido neto	Efecto total
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	100,370,000		29,328,292	129,698,292
Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo	69,300,000		18,107,451	87,407,451
Alojamiento y servicios de comida	177,588,162	1,481,221,786	440,852,175	2,099,662,123
Generación de energía eléctrica; transmisión de energía eléctrica y distribución y comercialización de energía eléctrica	6,600,000		5,066,032	11,666,032
Transporte terrestre y transporte por tuberías	4,500,000	283,964,415	102,153,817	390,618,232
Total	358,358,162	1,765,186,200	595,507,768	2,719,052,130

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes al Festibandas, información de presupuesto y aforo suministrada por ICULTUR y multiplicadores insumo producto de Haddad y Galvis (2018)

4. Conclusiones

El efecto económico del Festival de Bandas de Cartagena 2025 fue de \$2.719 millones, equivalente al 0,00433% de la proyección del PIB de Bolívar para ese año. El efecto indirecto fue el de mayor aporte (65%), seguido del efecto inducido neto (22%) y el efecto directo (13%).

En términos sectoriales, “Alojamiento y servicios de comida” concentró el 77% del efecto económico, seguido de “Transporte terrestre y por tuberías” (14%), mientras que los demás sectores registraron participaciones inferiores al 6%.

Más allá del impacto monetario, el festival reafirma su papel en la vida cultural y social de la ciudad: el 93,1% de los asistentes residen en Cartagena, lo que refleja su carácter principalmente local, aunque con participación de visitantes nacionales e internacionales. Asimismo, el 66,12% ha asistido en más de una ocasión, evidenciando un alto nivel de fidelización.

La organización del evento recibió una valoración muy positiva, con el 97,45% de los asistentes calificándola entre buena y muy buena, lo cual refuerza la percepción favorable del festival como un espacio cultural consolidado. En cuanto a la difusión, las redes sociales y el voz a voz se consolidaron como los canales más efectivos para atraer público, aspectos que deben seguir potenciándose.

Estos resultados deben motivar la promoción, sostenibilidad y mayor inversión en eventos culturales que contribuyan al desarrollo económico y al posicionamiento de la ciudad como destino cultural y turístico.

Bibliografía

Haddad, E., & Glavis, L. (2018). *Nota técnica de la matriz insumo producto interregional para Colombia*. Banco de la República de Colombia.

Ramos, J., Polo, J., & Arrieta, A. (2017). ANÁLISIS INSUMO-PRODUCTO Y LA INVERSIÓN PÚBLICA: UNA APLICACIÓN PARA. *Cuadernos de economía*, XXXVI(70), 137-167.