

# ESTUDIO DE CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA DEL PACÍFICO COMO BIEN ECONÓMICO Y CULTURAL.

*Caso: XXII Festival de Música del Pacífico  
Petronio Álvarez 2018*



**ESTUDIO DE CARACTERIZACIÓN  
DE LA CULTURA DEL PACÍFICO COMO  
BIEN ECONÓMICO Y CULTURAL.**

*Caso: XXII Festival de Música del Pacífico  
Petronio Álvarez 2018*

**Estudio de caracterización de la cultura del Pacífico como bien económico y cultural.  
Caso: XXII Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2018**

Edición Número 1  
Abril de 2019

**Organización Internacional para las Migraciones (OIM)**

**Misión en Colombia**

Cra. 14 No 93 B – 46  
Conmutador: 6397777  
<http://www.oim.org.co>

Ana Durán  
*Jefe de Misión OIM Colombia*

Alessia Schiavon  
*Directora de Programas OIM*

Hugo Arley Tovar Otero  
*Coordinador del programa Inclusión para la Paz*

**Equipo técnico OIM**

Luis A. Sevillano  
*Gerente Senior de Patrimonio y Diversidad Cultural*  
Claudia Cano  
*Coordinadora Regional Valle del Cauca*  
Yessenia Martínez  
*Monitora de Patrimonio y Diversidad Cultural*

**©Organización Internacional para las Migraciones (OIM) 2019**

**Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)**

**Misión en Colombia**

<https://www.usaid.gov/es/colombia>

Lawrence J. Sacks  
*Director de Misión USAID Colombia*

Michael Torreano  
*Director de la Oficina de Reconciliación e Inclusión USAID Colombia*

Cristina Barrera  
*Gerente Senior Grupos Étnicos*  
*Oficina de Reconciliación e Inclusión USAID Colombia*

## Coautores

Pontificia Universidad Javeriana Cali  
Departamento de Economía  
deco.javerianacali.edu.co  
Grupo de Investigación en Economía, Gestión y  
Salud, ECGESA.  
Laboratorio de Economía Aplicada, LEA.

Luis F. Aguado, Ph.D.  
*Profesor Asociado. Líder del Proyecto*  
lfaguado@javerianacali.edu.co

Alexei Arbona, Ph.D.  
*Profesor Asociado,*  
aarbona@javerianacali.edu.co

Sebastián López Ms.C (c).  
*Analítica de datos*  
sebastian.lopez@javerianacali.edu.co

**Revisión de estilo**  
Sandra Balanta Cobo, M.A.

**Diseño / diagramación**  
Carolina Yara

**Fotografía:**  
Secretaría de Cultura de Cali

Las opiniones expresadas en las publicaciones de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) corresponden a los autores y no reflejan necesariamente las de la OIM. Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, juicio alguno por parte de la OIM sobre la condición jurídica de ningún país, territorio, ciudad o zona citados, o de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites.

La OIM está consagrada al principio de que la migración en forma ordenada y en condiciones humanas beneficia a los migrantes y a la sociedad. En su calidad de organismo intergubernamental, la OIM trabaja con sus asociados de la comunidad internacional para: ayudar a encarar los crecientes desafíos que plantea la gestión de la migración; fomentar la comprensión de las cuestiones migratorias; alentar el desarrollo social y económico a través de la migración; y velar por el respeto de la dignidad humana y el bienestar de los migrantes.

Esta publicación es posible gracias al apoyo del pueblo de Estados Unidos a través de su Agencia para el Desarrollo Internacional (USAID). Los contenidos son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan las opiniones de USAID o el gobierno de Estados Unidos de América, ni de la OIM.

Quedan reservados todos los derechos. La presente publicación no podrá ser reproducida íntegra o parcialmente, ni archivada o transmitida por ningún medio (ya sea electrónico, mecánico, fotocopiado, grabado u otro), sin la autorización previa del editor.

ISBN 978-958-8977-94-2





# Tabla de contenido

Presentación	9
Introducción	11
<b>1. Un perfil del Petronio</b>	<b>13</b>
<b>2. El Petronio en cifras</b>	<b>15</b>
Anatomía de las relaciones económicas dentro del Petronio	17
<b>3. Metodología</b>	<b>18</b>
Encuesta a los asistentes	19
Encuesta a los no asistentes	20
Encuesta a los stands de la muestra de expresiones tradicionales del Pacífico	20
Modelo de impacto económico	20
<b>4. Caracterización del Festival como bien económico y cultural</b>	<b>22</b>
<b>5. Perfil de los asistentes</b>	<b>26</b>
Valoración del Petronio	28
Razones de no asistencia	30
<b>6. Patrón de gasto de los asistentes</b>	<b>33</b>
<b>7. Una aproximación al impacto económico</b>	<b>37</b>
<b>8. Conclusiones y recomendaciones</b>	<b>41</b>
Conclusiones	41
Recomendaciones	42
<b>Referencias</b>	<b>43</b>
Anexo	45

## Lista de Figuras

<b>Figura 1.</b> El Petronio en palabras de sus asistentes (residentes en Cali y Área Metropolitana)	14
<b>Figura 2.</b> La triple óptica: el valor del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez	18
<b>Figura 3.</b> Evento de preferencia para los asistentes de Cali y Área Metropolitana y mercados subyacentes	26
<b>Figura 4.</b> Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, Razones de no asistencia	31
<b>Figura 5.</b> Gasto de los asistentes dentro y por fuera de la ciudadela del Festival	35
<b>Figura 6.</b> El impacto del Petronio sobre el territorio	36

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez como bien cultural	24
<b>Tabla 2.</b> Demográficas del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2018	27
<b>Tabla 3.</b> Valoración. Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2018	29
<b>Tabla 4.</b> Gasto medio diario por persona, estancia media y gasto total durante el Festival [en pesos]	33
<b>Tabla 5.</b> Gasto medio diario por categoría [en pesos]	34
<b>Tabla 6.</b> Dinámica del gasto sobre el tejido productivo y el gasto que dinamiza el empleo	38
<b>Tabla 7.</b> Número de empleos stands muestra de expresiones culturales tradicionales	39
<b>Tabla 8.</b> Aproximación impacto económico y empleo	40
<b>Tabla 9.</b> Origen (procedencia) de los asistentes	40

# Presentación

Una de las estrategias para incrementar la inclusión socio económica de las poblaciones étnicas, es propender porque les sea reconocido su aporte fundamental en la construcción integral de los territorios en donde habitan o tienen relación, y en los cuales su patrimonio cultural se instala, consolidando manifestaciones culturales diversas.

En este sentido, orientados a generar escenarios que permitan difundir las diferentes maneras en las que las comunidades étnicas aportan a la construcción de la identidad del país, desde los territorios, el Programa Inclusión para la Paz de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, USAID, y la Organización Internacional para las Migraciones, OIM Colombia; y en particular desde la Gerencia de Patrimonio y Diversidad Cultural se impulsó el desarrollo del “El estudio de caracterización de la cultura del Pacífico como bien económico y cultural, con el caso específico del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez”. Este estudio es una gran oportunidad para visibilizar de manera integral cómo el patrimonio cultural de las comunidades del Pacífico colombiano incide en los ámbitos sociales, económicos, culturales y de desarrollo de una de las principales ciudades del país, Cali.

Este estudio, contiene un importante acercamiento metodológico y conceptual con relación al posicionamiento de la cultura del Pacífico colombiano como un elemento diferenciador, que suma al desarrollo de la región en general y que se le reconoce cada vez más como un vector generador de diversas formas de riqueza en torno al patrimonio cultural, las economías creativas y los emprendimientos de interés para la sociedad en general.

Para el Programa Inclusión para la Paz la puesta en marcha de procesos como esta publicación representa, de manera paralela, una apuesta contra la discriminación étnica, ya que provoca el aumento de la conciencia sobre los aportes que las comunidades afrocolombianas realizan a la ciudad de Cali y la región Pacífico, estimulando su inclusión en todos los sectores que constituyen y forjan el desarrollo en esta zona del país. Al incrementar la conciencia de estos aportes se logra reconocer en la diversidad grandes hitos que generan una mejora en las condiciones de vida de estas comunidades y en la reconfiguración identitaria de una ciudad como Cali que presenta el patrimonio cultural de las comunidades negras, como un factor de competitividad diferencial.



# Introducción

El Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez (en adelante, El Petronio) se realiza en Santiago de Cali durante el mes de agosto de cada año. El Festival inició en 1997 y hasta el momento se han realizado 22 ediciones. El Petronio busca “Fomentar, promover y dar a conocer las músicas y la cultura del Pacífico colombiano”<sup>1</sup>. Sus credenciales oficiales muestran que forma parte del “calendario de eventos culturales y turísticos del municipio de Santiago de Cali”<sup>2</sup> y del Patrimonio Cultural de la Nación<sup>3</sup>. El Petronio es administrado y financiado mayoritariamente, por el gobierno local, Alcaldía de Santiago de Cali, a través de la Secretaría de Cultura y, adicionalmente, recibe apoyo del gobierno nacional [Mincultura, PROCOLOMBIA], organismos internacionales [OIM] y (USAID) y de empresas y universidades privadas de la ciudad.

De acuerdo con la UNESCO los ‘Festivales, Fiestas y Ferias’ de carácter local y popular constituyen eventos que desempeñan un importante papel en el desarrollo social y económico de una comunidad y representan una de las formas en la que se expresa su Patrimonio Cultural Inmaterial. En efecto, el Petronio como evento cultural permite para las gentes del Pacífico colombiano, a lo largo de sus seis días de duración: recrear y expresar los recuerdos y experiencias de su lugar de nacimiento, socializar y reencontrarse con familiares y amigos, promover la transferencia intergeneracional de su cultura, e interactuar positivamente con poblaciones de diferentes antecedentes étnicos.

La ciudad de Cali, como organizadora y anfitriona del Festival, reconoce la riqueza de su herencia y diversidad cultural que, a su vez, es fuente de múltiples beneficios, tanto culturales como económicos y sociales. En efecto, hoy día las ciudades “[...] no son meros espacios que concentran factores de producción, sino que devienen en territorios, que soportan significados, sentidos y relatos y son estos elementos lo que a mediano y largo plazo determinan su competitividad”<sup>4</sup>. En este contexto, el Petronio contribuye a la ciudad de Cali, y al Pacífico en Colombia, con la competitividad sostenible del territorio, a través del fomento de la creatividad [laboratorio de nuevas ideas, nuevas expresiones y artistas], del fomento de la diversidad [diálogos y conocimientos entre distintas culturas], del fomento del patrimonio [conservar y proteger nuestras tradiciones, fiestas, memorias].

---

1 Ver, Secretaría de Cultura del Municipio de Cali (2018).

2 Ver, Concejo Municipal de Cali (Acuerdo 267 de 2009).

3 Congreso de la República de Colombia (Ley 1472 de 2011).

4 Ver, Boix y Rausell (2017).

En el presente documento se presenta una caracterización, en el marco de la economía de la cultura, de las relaciones económicas y culturales que implica la celebración del Petronio en la ciudad de Santiago de Cali. El documento se centra en cuatro aspectos: [i.] caracterizar el Petronio como bien económico y cultural. [ii.] Caracterizar la participación cultural que implica el Petronio (¿quiénes asisten?) [iii.] Estimar el patrón de gasto por tipo de asistente y, [iv.] estimar una aproximación al impacto económico atribuible a la celebración del Festival.

Estos resultados constituyen un insumo, basado en la evidencia, para el diseño de una amplia estrategia que busque la sostenibilidad económica y cultural de éste y otros festivales culturales en el país.

En el documento se presenta una caracterización, en el marco de la economía de la cultura, de las relaciones económicas y culturales que implica la celebración del Petronio en la ciudad de Santiago de Cali. El documento se centra en cuatro aspectos: [i.] caracterizar el Petronio como bien económico y cultural, [ii.] caracterizar la participación cultural que implica el Petronio (¿quiénes asisten?), [iii.] estimar el patrón de gasto por tipo de asistente y, [iv.] estimar una aproximación al impacto económico atribuible a la celebración del Festival. Estos resultados constituyen un insumo, basado en la evidencia, para el diseño de una amplia estrategia que busque la sostenibilidad económica y cultural de este y otros festivales culturales en el país.

# 1. Un perfil del Petronio

**Nombre oficial:** Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez.

---

**Ubicación y frecuencia de realización:** Santiago de Cali, Colombia, agosto de cada año.

---

**Año de inicio, duración y número de ediciones:** agosto de 1997; seis días; 22 ediciones.

---

**Descripción:** el festival constituye el “más significativo espacio de encuentro de los pueblos de la región Pacífica” en Colombia, centrado en sus aires musicales, recreando la cocina y las artes y oficios tradicionales que expresan su identidad.

---

**Programa:** el programa está constituido por cinco eventos, el foco principal es el concurso musical (competición de conjuntos en aires musicales y músicas del Pacífico afrocolombiano en cuatro modalidades: marimba y cantos tradicionales, chirimía, violín caucano, agrupación libre). Eventos paralelos: encuentro de semilleros de músicas tradicionales del Pacífico colombiano Petronito (muestra de aires y ritmos musicales tradicionales del Pacífico con niños artistas entre 6 y 14 años de edad); encuentro académico (conversatorios e intercambio de saberes entre investigadores y músicos y artistas); quilombo pedagógico Germán Patiño Ossa (espacio que promueve la integración, la convivencia y el respeto a las diferentes especificidades de la cultura del Pacífico); muestra de expresiones tradicionales del Pacífico (muestra comercial de artesanías y diseños; cocina y bebidas autóctonas; dulces y refrescos; peinados y cosméticos).

---

**Credenciales:** el Festival Forma parte del “calendario de eventos culturales y turísticos del Municipio” [Acuerdo 267 de 2009, Concejo Municipal de Cali] y del Patrimonio Cultural de la Nación [Ley 1472 de 2011, Congreso de la República de Colombia]. En 2015 la música de marimba y cantos y bailes tradicionales de la región colombiana del Pacífico Sur<sup>5</sup> y de la provincia ecuatoriana de Esmeraldas fue incluida en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por UNESCO. Adicionalmente, “Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez” es una marca mixta cuyo titular es el Municipio de Cali (resolución No. 29152 de la Superintendencia de Industria y Comercio de la República de Colombia).

---

<sup>5</sup> Incluye 3 Departamentos y 14 municipios: Cauca [López de Micay, Timbiquí, Guapi], Valle del Cauca [Buenaventura] y Nariño [El Charco, Iscuandé, La Tola, Mosquera, Olaya Herrera, Barbaçoas, Magüi, Roberto Payan, Francisco Pizarro, Tumaco].

**Gobierno del Festival:** el máximo responsable, organizador y financiador del Petronio es la Alcaldía de Cali delegando la gestión en la Secretaría de Cultura. El Festival cuenta con su propio reglamento general por resolución oficial de la Secretaría de Cultura y define un conjunto de órganos consultivos<sup>6</sup>: comité conceptual [asesorar la planeación y el desarrollo del Festival], Jurados del concurso musica, Reglamento de la muestra de expresiones tradicionales del Pacífico.

**Escenarios:** el festival se desarrolla en una única sede, ciudadela construida temporalmente para alojar tres eventos. Los eventos son, mayoritariamente, contiguos y se realizan en simultaneo. El área del concurso musical es al aire libre, el quilombo se aloja en un coliseo deportivo integrado a la zona. El Petronito se realizó en el teatro al aire libre Los Cristales.

**Forma de acceder a los eventos:** el acceso del público asistente a la ciudadela es 100% gratuito.

**En una palabra:** como se observa en la nube (Figura 1) para los asistentes su experiencia en el Petronio es sinónimo de cultura, alegría, diversidad, tradición, identidad, sabor Pacífico.<sup>7</sup>

**Figura 1.** El Petronio en palabras de sus asistentes (residentes en Cali y Área Metropolitana)



Fuente: elaboración propia, con base en encuesta a asistentes.

6 Ver, Secretaría de Cultura del Municipio de Cali (2018).

7 Esta nube se generó usando las respuestas de los asistentes a la pregunta "Describa en una palabra al Petronio". El tamaño de las palabras en la nube visual así generada es proporcional a la frecuencia de cada palabra en las respuestas.

## 2. El Petronio en Cifras<sup>8</sup>

**Talento creativo:** 1.108 creativos se movilizan en la ciudadela del Petronio entre los músicos que participan del concurso de aires musicales y músicas del Pacífico, expositores que exhiben y comercializan sus productos y servicios asociados con el patrimonio cultural y artístico del Pacífico.

---

**Preferencia principal de los asistentes a la ciudadela:** para el 62.3% la motivación preferente para asistir fue el concurso musical, para el 27.3% la muestra de alimentos tradicionales (p.ej. cocina, bebidas autóctonas, dulces y refrescos) y para el 10.4% la muestra de artes y oficios del pacífico (p.ej. artesanías, peinados y cosméticos).

---

**Origen (procedencia) de los asistentes:** 91 municipios de 21 departamentos en Colombia y de 11 países a nivel internacional (ver Anexo para conocer los municipios, departamentos y los países).

---

**Asistencia de niños:** el 19.5% de los asistentes lo hace acompañado de niños menores de 14 años de edad.

---

**Auto reconocimiento étnico de los asistentes:** el 43% se auto reconoce como afro, 4.6% indígena, 52% resto (mestizo, blanco).

---

**Expectativas:** para el 95.6% de los asistentes la experiencia de asistir al Petronio cumplió o superó sus expectativas.

---

**Programación:** el 93.5% de los asistentes tuvo una opinión favorable acerca de la programación del Festival.

---

**Impacto Cultural:** el 97.7% de los asistentes está de acuerdo con que la celebración del Petronio contribuye a su enriquecimiento cultural y el 96.4 % de los asistentes está de acuerdo con que la celebración del Petronio contribuye a conservar las expresiones y tradiciones culturales del Pacífico.

---

<sup>8</sup> La fuente de la información e indicadores presentados en este apartado, se explica en el apartado siguiente de Metodología.

**Impacto social:** el 95.8% de los asistentes está de acuerdo con que la celebración del Petronio contribuye a la integración y cohesión de las comunidades afrodescendientes del Pacífico con las otras comunidades que habitan en la ciudad. El 98.2% de los asistentes está de acuerdo con que la celebración del Petronio contribuye a la imagen de Cali como una ciudad que alberga y fomenta la diversidad cultural.

---

**Impacto Económico:** el impacto atribuible a la celebración del Festival asciende a COP \$ 50.343'179.505 y crea 1.739 puestos de trabajo (aproximadamente 890 empleos de tiempo completo equivalente). El 33.5% de los turistas visita a Cali por primera vez. El 27.2% de los turistas está repitiendo visita.

---

**Costos de organización del festival:** COP \$ 4,690 millones (USD 1.62 millones). El 86% lo invierte la Alcaldía de Cali.

---

**Perfil de ingreso de los asistentes:** el 27.8% de los asistentes reporta ingresos inferiores a un salario mínimo legal mensual vigente, el 36% reporta entre 1 y 3 salarios mínimos legales mensuales.

---

**Perfil educativo de los asistentes:** el 66.2% posee formación universitaria de pregrado/ posgrado y el 17.5% el nivel de técnico/tecnológico.

---

**Gasto y estancia media:** el gasto medio diario de un asistente es COP \$ 100,135 (USD 34.7)<sup>9</sup>, asiste durante 2.7 días y lo hace en grupos de 5.1 personas.

---

**El gasto de los turistas:** un turista en el Petronio realiza un gasto promedio diario de COP \$ 166,721 (USD 57.8) distribuidos así: COP \$ 79.073 (USD 27.4) dentro de la ciudadela del Festival y COP \$ 87.648 (USD 30.4) por fuera de esta. Al interior de la ciudadela el gasto se concreta en COP \$ 53.541 (USD 18.5) (alimentación, bebidas y refrescos) y COP \$ 25.532 (USD 8.8) en el resto de la muestra de expresiones y conocimientos tradicionales (p.ej. en artesanías, instrumentos, cosméticos). Por fuera de la ciudadela el gasto se centra en hospedaje COP \$ 42.554, (USD 14.7) transporte local COP \$ 19.421(USD 6.7) y COP \$ 25.673 (USD 8.9) en otros gastos asociados al entretenimiento en la ciudad (p.ej. visita a otros lugares).

---

<sup>9</sup> Convertido a dólares a la tasa de cambio representativa del mercado (TRM) del 01 de agosto de 2018 (COP \$ 2.886,8). Fuente: Banrepública.

## Anatomía de las relaciones económicas dentro del Petronio:

La muestra de artes y oficios tradicionales del Pacífico la constituyen 173 stands comerciales, donde los expositores exhiben y comercializan sus productos y servicios: 123 son permanentes (operan el resto del año en Cali y/o en los municipios de origen) y 50 son constituidos temporalmente para atender al Festival:

- 93 stands son de propiedad familiar, 23 de propiedad colectiva y 57 de propiedad individual.
- 112 stands operan en forma permanente tanto en Cali como en el municipio de origen en el Pacífico.

El Festival genera ingresos y empleos en Cali y en los municipios del Pacífico de la siguiente forma:

### La turbina del gasto en Cali:

[i.] Actividad económica asociada a la construcción de la ciudadela del Petronio: inversión en diseño, instalaciones y montaje de la estructura física que acoge de escenario a los eventos que conforman el Festival.

[ii.] El Gasto de los asistentes: turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad de acogida del Festival: hospedaje, transporte local y otros gastos asociados al entretenimiento en la ciudad (p.ej. visita a otros lugares).

La doble autopista al resto de municipios del Pacífico:

[i.] Los ingresos que reciben los expositores que provienen de municipios del Pacífico.

[ii.] La compra de insumos (p.ej. productos nativos, semillas, fibras) para la elaboración de los alimentos, bebidas y artesanías que provienen de estos municipios y se comercializan en la muestra de expresiones culturales durante la celebración del Petronio.

### 3. Metodología

La metodología usada en este informe se recoge conceptualmente en la Figura 2, a través de la triple óptica del valor generado por las actividades culturales: valor económico, valor social, valor cultural<sup>10</sup>. Lo que permite una aproximación a la amplia variedad de formas en que los datos cuantitativos pueden usarse para expresar y medir los valores asociados con festivales, ferias, fiestas y eventos culturales, como el que nos ocupa en este informe<sup>11</sup>.

**Figura 2.** La triple óptica: el valor del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez



Fuente: elaboración propia.

10 En el apartado 4 caracterización del Festival como bien económico y cultural se amplía el concepto triple óptica del valor generado por las actividades culturales.

11 Al respecto ver metodologías y ejemplos en Snowball (2008) y SACO (2016).

Los microdatos para construir los indicadores que más adelante se presentan sobre estas categorías amplias de valor, provienen de tres instrumentos de encuestas que se describen a continuación. Así mismo, se introduce el modelo usado para realizar una aproximación al impacto económico del Petronio sobre la ciudad de Cali y su Área Metropolitana.

## Encuesta a los asistentes

Se aplicó un cuestionario estructurado a través de encuestas cara–cara a asistentes mayores de 18 años, seleccionados usando técnicas de muestreo sistemático por lugar geográfico de residencia:<sup>12</sup>

- Locales: residentes en Cali y Área Metropolitana.
- Pacífico: residentes en los cuatro departamentos del Pacífico colombiano; Chocó, Cauca, Nariño y Valle del Cauca.
- Turistas: residentes en otras ciudades de Colombia y en el extranjero.

La encuesta llevada a cabo incluyó la siguiente pregunta filtro<sup>13</sup> ¿asistir al festival Petronio Álvarez es la principal razón por la cual usted se encuentra hoy en Cali?, los encuestadores tenían la indicación de contabilizar, por origen de residencia del encuestado, el número de intentos de encuesta que no superaron la pregunta filtro. Para aplicar el cuestionario, disponible en español e inglés, se usaron dispositivos móviles. El trabajo de campo estuvo a cargo de la firma caleña Proyectar, especializada en estudios de mercado.

En total se aplicaron 1.030 encuestas que proporcionan un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 3,0 % para el total de asistentes<sup>14</sup>. Para alcanzar esta muestra se realizaron 1.376 encuestas, 346 de las cuales no cumplieron la pregunta filtro. La distribución de la muestra por origen de residencia fue 385 para asistentes de Cali y Área Metropolitana, 251 del Pacífico y 394 turistas. La encuesta permitió caracterizar, entre otros aspectos, el perfil socio–demográfico, duración de la estadía en la ciudad, estructura de gasto, percepciones de los asistentes acerca del impacto cultural, social y económico del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez.

---

12 Para definición de muestreo sistemático, ver, Bethlehem (2009).

13 Esta pregunta es clave en el sentido que implica: [i.] en el caso de los turistas [procedentes del resto de Colombia y del extranjero], el “motivo sin el cual el viaje no se hubiera realizado”. [ii.] En el caso de los residentes locales se entiende como el motivo que los retiene, en una fecha específica, en la ciudad, ver, Naciones Unidas (2000); Crompton, Lee y Shuster (2001).

14 De acuerdo con el Informe del Sistema de Información Turística del Valle del Cauca, SITUR, al Festival Petronio Álvarez en su edición 22 asistieron 368.650 personas.

## Encuesta a los no asistentes

Se aplicó un cuestionario estructurado a través de encuestas cara–cara a no asistentes mayores de 18 años, distribuidos en cinco zonas de la ciudad (Noroccidente, Nororiente, Distrito de Aguablanca, Oriente, Sur). En cada zona se distribuyó la muestra por estrato socioeconómico de acuerdo con el perfil de los estratos existentes en la zona. El número de encuestas por estrato de cada zona, se asignaron en las comunas que tienen ese estrato y a su vez en los barrios pertenecientes al estrato. Para lograr la mayor dispersión de la muestra se realizaron máximo ocho encuestas por barrio. Una vez los encuestadores dentro del barrio se distribuyen por manzanas, teniendo en cuenta que la cantidad de encuestas máximas son cuatro por manzana.

En total se aplicaron 395 encuestas que proporcionan un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 4,92 % para el total de no asistentes. La encuesta permitió caracterizar, entre otros aspectos, el perfil socio–demográfico, las percepciones y las razones que motivan la no asistencia al Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez.

## Encuesta a los stands de la muestra de expresiones tradicionales del Pacífico

Se aplicó un cuestionario estructurado a través de encuestas cara–cara a los representantes de 185 stand que participaron de la muestra, alcanzando una respuesta final de 173 encuestas [93% de cobertura de los Stands situados en la Ciudadela].<sup>15</sup> Por modalidad se encuestaron así: 49 en artesanía, instrumentos y diseño; 48 en bebidas tradicionales y autóctonas; 59 en cocinas tradicionales; 7 en dulces, mecatos y refrescos; 10 en peinados y cosméticos. La encuesta permitió caracterizar el tipo de servicio/producto vendido en el stand, si el negocio funciona actualmente en un municipio distinto de Cali, si compra insumos en algún municipio de origen en el Pacífico, cuantas personas trabajan por tipo de empleo (creativo, apoyo), entre otra información relevante.

## Modelo de impacto económico

El impacto económico representa el cambio neto–inyección de nuevo dinero– exclusivamente atribuible a la celebración del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, en la zona

---

15 Con ayuda de la organización del Festival se insistió a los representantes de los 12 Stands restantes y no fue posible obtener sus respuestas.

de impacto definida, en este caso la ciudad de Cali y Área Metropolitana. Las fuentes de demanda –inyección de nuevo dinero– son la inversión inicial para financiar el Festival cada año –p.ej. diseño, instalaciones y montaje de la ciudadela- y el gasto de los visitantes únicos “motivo” Festival [turistas nacionales y residentes en el extranjero], a los cuales agregamos el gasto de los residentes locales que deciden quedarse en la ciudad para disfrutar del Festival.

Concretamente, a través de un modelo insumo–producto se transforman, dos fuentes de demanda que no habrían ocurrido de no existir el Festival: la inversión de la Secretaría de Cultura/Municipio de Cali y demás financiadores en la organización del Festival y el gasto de los asistentes “motivo festival”, en impactos sobre la producción y el empleo en Cali y su Área Metropolitana. Igualmente, se realiza un ajuste para tener presente las filtraciones al Pacífico. Conceptualmente, el modelo presenta un conjunto de coeficientes insumo–producto en una matriz de multiplicadores, que resume los flujos de compras interindustriales (entre sectores) por una unidad de producción y refleja las relaciones directas e indirectas de la estructura productiva de una economía [ver, ecuación 1.]<sup>16</sup>.

$$X = [ I - A ]^{-1}D \quad [1]$$

X es un vector que muestra la producción (VBP) de las emcalcula restando los elementos correspondientes de los coeficientes insumo–producto de la matriz identidad. La inversa de la anterior matriz proporciona los multiplicadores y es conocida con el nombre de Matriz Inversa de Leontief. Esta matriz se multiplica por D que es el vector de demanda de producción por parte de los agentes (consumidores, empresas y gobierno).

En resumen, la ecuación 1 muestra que un cambio en la demanda [ $\Delta D$ ] provoca cambio en la producción [ $\Delta X$ ] determinado por  $[I-A]^{-1}$ , que son los coeficientes insumo–producto o multiplicadores de la producción que ilustran la demanda derivada de insumos entre sectores. Esto significa que ante un aumento de la demanda en la ciudad [p.ej. gasto de los asistentes al Festival e inversión en el Festival del Municipio de Cali y demás financiadores] se puede analizar su efecto sobre la actividad económica de la ciudad a través del impacto sobre los otros sectores de la economía. Para la estimación del impacto se usan multiplicadores de la Matriz Insumo Producto (MIP) del Valle del Cauca año base 2005, calculada por métodos indirectos y desagregada en 18 sectores por Duque et al. (2013) y Duque y Garizado (2018) que ofrecen una aproximación al impacto sobre la producción y el empleo generados por las dos fuentes de demanda identificadas.

---

16 Para una definición de modelo insumo–producto y su uso en evaluaciones de impacto de eventos culturales y deportivos ver, Herrero et al. (2006); Crompton, Lee y Shuster (2001); Diederling y Kwiatkowski (2015).

# Caracterización del Festival como bien económico y cultural

El Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, como bien cultural, es representante de la diversidad cultural colombiana a través del patrimonio cultural inmaterial, tal como lo define la UNESCO (2003)<sup>17</sup>. El festival refleja las costumbres y tradiciones de las gentes del Pacífico afrocolombiano [departamentos de Cauca, Chocó, Nariño y Valle del Cauca] y producto de más de dos décadas ininterrumpidas de realización, se ha consolidado nacionalmente<sup>18</sup> (Pazos, 2017) y ha desarrollado una identidad como festival multicultural con proyección internacional<sup>19</sup>.

El Festival desde su inicio se centró en la música. El programa incluye en su mayoría artistas del Pacífico y algunos invitados nacionales e internacionales. Así mismo, incorpora actividades paralelas que amplían el programa a los otros elementos distintivos del patrimonio inmaterial<sup>20</sup> como el mercado de artes y oficios tradicionales, el Petronito, el Quilombo pedagógico y el encuentro académico, que buscan preservar, documentar y garantizar la sostenibilidad cultural y la transferencia intergeneracional de las manifestaciones artísticas del Pacífico. Todos estos elementos constituyen lo que desde la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, 2008) denominan Expresiones Culturales Tradicionales (ECT) y representan “marcos de innovación y creatividad”<sup>21</sup> susceptibles de ser protegidos jurídicamente, en el sentido del marco que define el sistema de protección de la propiedad intelectual [p.ej. derecho de autor y los derechos conexos, las indicaciones geográficas, las marcas y los diseños]<sup>22</sup>.

Desde la economía de la cultura el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez se puede caracterizar como un bien cultural, en la medida que es producto de costumbres y tradiciones asociadas a la herencia cultural de los habitantes del Pacífico, que a

---

17 La UNESCO (2003) define patrimonio cultural inmaterial como “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural” [art.2 de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial]. Incluye: “tradiciones y expresiones orales”, “artes del espectáculo”, “usos sociales, rituales y actos festivos”, “conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo”, “técnicas artesanales tradicionales”.

18 Ver, Sevilla y Cabezas (2017).

19 Pazos (2017). Ver, Lee, Arcodia y Lee (2012) para una definición de festival multicultural.

20 Pazos (2016, pp.81-83).

21 Ver, WIPO (2014).

22 Ver, OMPI (2016).

través de los elementos distintivos del Festival expresan su creatividad imprimiendo contenido y significado a la música, la artesanía, los alimentos y bebidas, el vestuario y peinados, entre muchos<sup>23</sup>.

Como bien cultural el Festival genera valor desde una triple óptica<sup>24</sup>: económica, social y cultural, ver Figura 2. En términos económicos el valor se asocia a la capacidad de generar ingresos y empleos inclusivos derivados de su celebración y del gasto de asistentes en productos (p.ej. artesanías, instrumentos musicales, comida tradicional propios del Pacífico, alojamiento en la ciudad, transporte local) que impulsan la economía de la ciudad de Cali y del Pacífico colombiano. Igualmente, la celebración del Festival le genera una ventaja competitiva a la ciudad de Cali frente a destinos turísticos competidores, al ofrecer una opción para atraer turistas [nacionales e internacionales] que buscan nuevas y variadas experiencias culturales<sup>25</sup>.

En términos sociales el valor se asocia a la capacidad de generar beneficios positivos en términos de incidir positivamente en la calidad de vida tanto de quienes participan como asistentes o artistas, incluso también de aquellos que no participan. Estos beneficios se materializan a través de múltiples canales como la cohesión social y formación de identidad a través de interacciones culturales positivas, entre grupos culturalmente diversos, la educación, la creatividad e innovación y en fomentar valores como la diversidad y la tolerancia.

En términos culturales el valor se asocia a la capacidad de generar valores intrínsecos asociados con la naturaleza simbólica y artística del Festival en sí mismo<sup>26</sup>. Estos se reflejan en los sentimientos invocados por los participantes/asistentes que se correlacionan positivamente con su bienestar personal [p.ej. la alegría, escapar de la rutina, tener un momento para liberarse del estrés de la vida cotidiana, la transmisión de valores culturales], el desarrollo de habilidades para el sector cultural [innovación en estilos, surgimiento de nuevos artistas, plataforma para exponer sus trabajos] y la preservación, transferencia y protección de la herencia cultural.

En la Tabla 1 se muestra una aproximación a los ámbitos que caracterizan al Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez como un bien cultural complejo en el marco de la economía de la cultura. Esta taxonomía permite un acercamiento para un mejor conocimiento de la naturaleza del Festival, los distintos ámbitos en que se manifiesta y caracterizar los canales a través de los cuales se generan los valores arriba descritos.

---

23 Ver, Throsby (2010).

24 Sobre valor cultural, social y económico, ver: Matarasso (1997); Hutter y Frey (2010); Throsby (2001); Frey (2000); Hutter y Throsby (2008); Seaman, (2011).

25 Al respecto ver, Richards y Wilson. (2004).

26 Al respecto ver, Palma, Palma y Aguado (2013).

**Tabla 1. Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez como bien cultural**

Economía de la Cultura	Ámbitos	Descripción	Características económicas	El Petronio
	<b>Artes escénicas</b>	La cultura viva; la “experiencia cultural” que se consume en el mismo momento en que es producida, p.ej. teatro, danza, ópera, eventos/celebraciones, música en vivo.		Concurso musical, aires musicales y músicas del Pacífico afrocolombiano conjuntos: marimba y cantos tradicionales del pacífico; chirimía; violín caucano; agrupación libre. El Petronito.
	<b>Artes visuales</b>	Creación de obras de naturaleza Obras de naturaleza visual, p.ej. pinturas, dibujos, esculturas, las artesanías y la fotografía.	El producto de estas actividades se basa en el uso intensivo de la creatividad	Artesanía, instrumentos y diseño [tejeduría, trabajos en madera, cortezas, cocos, cestería, sombreros, bolsas, joyería]; instrumentos musicales [luthería].
	<b>Patrimonio material</b>	Recurso únicos, no reproducibles, sometidos a condiciones de sostenibilidad, p.ej. cascos históricos de las ciudades, lugares arqueológicos, archivos.	artística y se concreta en bienes, y servicios, que son prototipos y potencialmente pueden ser cubiertos por derechos de autor. Sin embargo, en muchos casos	
	<b>Patrimonio inmaterial</b>	Festivales, fiestas, ferias, carnavales y tradiciones populares. Conocimientos tradicionales: expresiones verbales/fonéticas [relatos, leyendas, poesía; palabras, signos, nombres y símbolos, etc.]; expresiones musicales/sonoras [canciones, ritmos, música instrumental y cuentos populares]; expresiones corporales [danzas, representaciones escénicas, ceremonias, rituales, deportes y juegos tradicionales, teatro]. Conocimientos Tradicionales, p.ej. preparación de alimentos.	sistemáticamente no son protegidos, p.ej. trabajos de artesanía, producciones de artes escénicas y artes visuales.	Conocimientos Tradicionales: cocinas tradicionales [sancochos, tapados, sudados, seviches, sopas, arroces]; bebidas autóctonas [destilados de caña de azúcar a base de viche: tomaseca, pipilongo, crema de viche, arrechón, vinos de frutos tradicionales]; dulcerías, mecatos y refrescos [tortas, panes, cocadas, helados, sorbetes, jaleas, bocadillos, conservas, dulces, juegos, refrescos]. El Quilombo pedagógico.

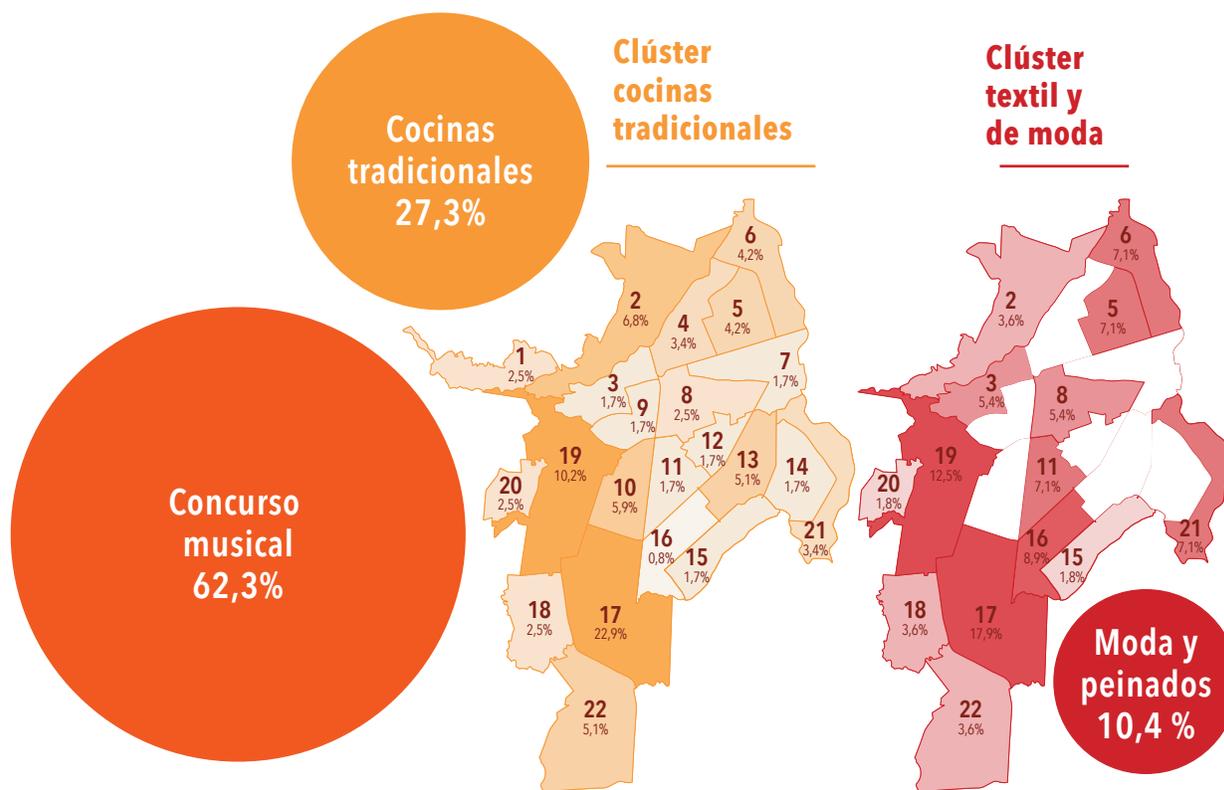
	Ámbitos	Descripción	Características económicas	El Petronio
Economía Creativa	<b>Industrias culturales</b>	Representan la producción industrial de las "obras culturales reproducibles", p.ej. Libros, Cine, Radio, TV.	Los productos de estas actividades son susceptibles reproducción industrial masiva y están basados en derechos de autor.	Libros ("Los retratos del Petronio"), Trasmision por Radio/TV/OnLine. Documentación del patrimonio en cine, documentales, la música instrumental.
	<b>Industrias creativas</b>	La cultura como factor de innovación [Publicidad, diseño gráfico, diseño de modas, arquitectura, video juegos, software.]	Los productos de estas actividades están cubiertos por el derecho de autor, igualmente pueden estar protegidos por derechos de propiedad intelectual como marcas. Las habilidades creativas propias de las industrias culturales son fundamentales en estos sectores no culturales más vinculados al desarrollo tecnologico, surgen en formato digital y se movilizan a través de la Red.	Diseño [ropa, zapatos, joyería, telas, estampados, hilados, bordados]; vídeo juegos sobre baile y danzas tradicionales.
	<b>Creatividad</b>	La cultura como insumo de los procesos creativos, el capital humano y la generación de la clase creativa; los distritos creativos; el concepto de ciudad creativa como paradigma del desarrollo urbano.		

Fuente: elaboración propia.

## 4. Un perfil de los asistentes

La Figura 3 muestra que para el 62.3% de los asistentes de Cali y Área Metropolitana la motivación preferente para visitar la ciudadela fue el concurso musical, para el 27.3% la muestra de alimentos tradicionales (p.ej. cocina, bebidas autóctonas, dulces y refrescos) y para el 10.4% la muestra de artes y oficios (p.ej. artesanías, peinados y cosméticos). Igualmente, en el lado derecho de la Figura 3. se muestra el origen de los visitantes, la intensidad del color refleja la mayor procedencia de visitantes de la respectiva comuna. Se puede advertir que la preferencia por los diversos eventos que conforman el programa del Festival puede obedecer también a una cierta segmentación de la demanda en la ciudad, posibilitando el surgimiento de clústeres, p.ej. de cocinas tradicionales y de moda y diseños del Pacífico en determinadas áreas.

**Figura 3.** Evento de preferencia para los asistentes de Cali y Área Metropolitana y mercados subyacentes



Fuente: elaboración propia, con base en encuesta a asistentes.

En la Tabla 2 se aprecia que el Petronio es visitado en su mayoría por mujeres. En efecto, el 61.2% de los asistentes son mujeres, en particular para los asistentes de Cali y del Pacífico. Por su parte, para los turistas (otras ciudades de Colombia y del exterior) este porcentaje se sitúa en el 57.4%. Por rango de edad, el perfil de los asistentes al Petronio indica que en su mayoría son jóvenes. En todos los orígenes de residencia de los asistentes, la edad se concentra en los dos primeros rangos que van entre: 18 y 25 años y 26 y 35 años.

Por auto reconocimiento étnico el 43% de los asistentes se identificó como afrocolombiano, el 4.6% como indígena y el 52.1% resto (blanco, mestizo). Para el caso de los asistentes provenientes de los departamentos del Pacífico el 83.7% de identificó como afrocolombiano y un 2.4% como indígena. En el caso de los turistas el 81% se identificó como resto (blanco, mestizo).

**Tabla 2. Demográficas del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2018**

Perfil socio-demográfico de los asistentes				
Variables	Media o proporción			
	Cali y Área Metropolitana	Pacífico (Cauca, Chocó, Nariño, Valle del Cauca)	Resto (Nacionales + Extranjeros)	Total
	n(385)	n(251)	n(394)	n(1030)
<b>Características personales</b>				
<b>Sexo</b>				
Hombre	36.9%	35.5%	42.6%	38.7%
Mujer	63.1%	64.5%	57.4%	61.2%
<b>Edad (años)</b>				
18 - 25	27.8%	25.1%	24.6%	25.9%
26 - 35	23.6%	25.9%	36.8%	29.2%
36 - 45	16.9%	24.3%	19.0%	19.5%
46 - 55	16.1%	13.6%	9.4%	12.9%
56 - 65	10.9%	8.4%	8.1%	9.2%
66 o más	4.7%	2.8%	2.0%	3.2%
<b>Etnia</b>				
Afrocolombiano	44.7%	83.7%	15.5%	43.0%
Indígena	7.0%	2.4%	3.6%	4.6%

Media o proporción				
Variables	Cali y Área Metropolitana	Pacífico (Cauca, Chocó, Nariño, Valle del Cauca)	Resto (Nacionales + Extranjeros)	Total
Palenquero		1.2%		0.3%
Resto	48.3%	12.8%	81.0%	52.1%
<b>Variables mixtas</b>				
<b>Nivel educativo</b>				
Ninguno	0.3%			0.1%
Primaria	1.3%	2.8%	0.5%	1.4%
Secundaria	19.2%	19.5%	7.6%	14.9%
Técnico / Tecnológico	22.3%	23.9%	8.6%	17.5%
Universitaria / Posgrado	56.9%	53.8%	83.3%	66.2%
<b>Ingresos</b>				
Hasta 1smmlv	32.0%	35.1%	19.0%	27.8%
Entre 1-3smmlv	40.8%	39.8%	28.9%	36.0%
Entre 3-6smmlv	17.4%	21.1%	27.4%	22.1%
Entre 6-10smmlv	5.5%	2.4%	15.7%	8.6%
+10smmlv	4.4%	1.6%	8.9%	5.4%

Fuente: elaboración propia, con base en Encuesta a asistentes.

Por nivel educativo, el 66.2% de los asistentes alcanza formación universitaria (pregrado/ posgrado). Un poco más del 80% de los turistas tiene formación universitaria. Por nivel de ingresos reportado, el 35% de los asistentes provenientes del Pacífico reportan ingresos inferiores a 1 salario mínimo legal mensual, en igual nivel de ingresos se sitúa el 32% de los asistentes de Cali y Área Metropolitana. Cerca de un 25% de los turistas reporta ingresos superiores a 6 salarios mínimos legales mensuales.

## Valoración del Petronio

Los asistentes otorgan una alta valoración a la experiencia de asistir al Petronio (Tabla 3). En efecto, indagados por tal valoración, cerca del 95% del total de asistentes valora su

experiencia en el festival entre buena y muy buena. Para los asistentes que provienen del Pacífico esta llega a 96.8% y para los asistentes de Cali y Área Metropolitana es 93.5%. Igualmente, se les pregunta a los asistentes al Petronio si el Festival ha cumplido o superado sus expectativas, para el 94.6% de los residentes en Cali y Área Metropolitana así ha sido, en igual sentido para el 97% de los turistas.

**Tabla 3. Valoración del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2018**

Variables	Cali y Área Metropolitana	Pacífico (Cauca, Chocó, Nariño, Valle del Cauca)	Resto (Nacionales + Extranjeros)	Total
	n(385)	n(251)	n(394)	n(1030)
<b>Expectativas y valoración</b>				
<b>Expectativas</b>				
Cumplidas o superadas	94.6%	95.2%	97.0%	95.6%
<b>Valoración</b>				
Buena - Muy buena	93.5%	96.8%	95.2%	94.9%
<b>Opinión</b>				
<b>Triple Óptica del Valor del Festival</b>				
<b>Cultural</b>				
De acuerdo a que el Festival contribuye a:				
Enriquecimiento cultural de los asistentes	96.9%	97.2%	98.7%	97.7%
Conservar expresiones y tradiciones culturales del Pacífico	95.6%	95.6%	97.7%	96.4%
Representa mi cultura e identidad	89.6%	96.4%	71.3%	84.3%
<b>Social</b>				
De acuerdo a que el Festival contribuye a:				
Integración y cohesión comunidades del Pacífico con las de la ciudad	96.6%	98.8%	93.1%	95.80%

Continuación Tabla 3

<b>Variables</b>	<b>Cali y Área Metropolitana</b>	<b>Pacífico (Cauca, Chocó, Nariño, Valle del Cauca)</b>	<b>Resto (Nacionales + Extranjeros)</b>	<b>Total</b>
Integración familiares, amigos, comunidad	99.2%	96.0%	96.7%	97.50%
Imagen Cali: alberga y fomenta la diversidad cultural	98.7%	98.4%	97.5%	98.20%
Me permite conocer otras expresiones culturales de la ciudad	95.3%	94.4%	97.0%	95.70%
<b>Económica</b>				
<b>De acuerdo a que el Festival contribuye a:</b>				
Generación ingresos y empleo	94.0%	97.6%	92.4%	94.30%
<b>Su opinión es favorable respecto a:</b>				
Programación del Festival	93.2%	96.8%	91.6%	93.50%
Ubicación del Festival	91.2%	91.2%	91.9%	91.50%
La calidad artística y de las muestras	95.3%	97.2%	94.9%	95.60%
Escenarios, facilidad acceso, logística	86.8%	92.8%	89.6%	89.30%
Ambiente y convivencia al interior del Festival	96.9%	99.2%	98.7%	98.20%
Costos asociados de asistir al Festival	70.6%	68.9%	76.4%	72.40%

Fuente: elaboración propia, con base en encuesta a asistentes.

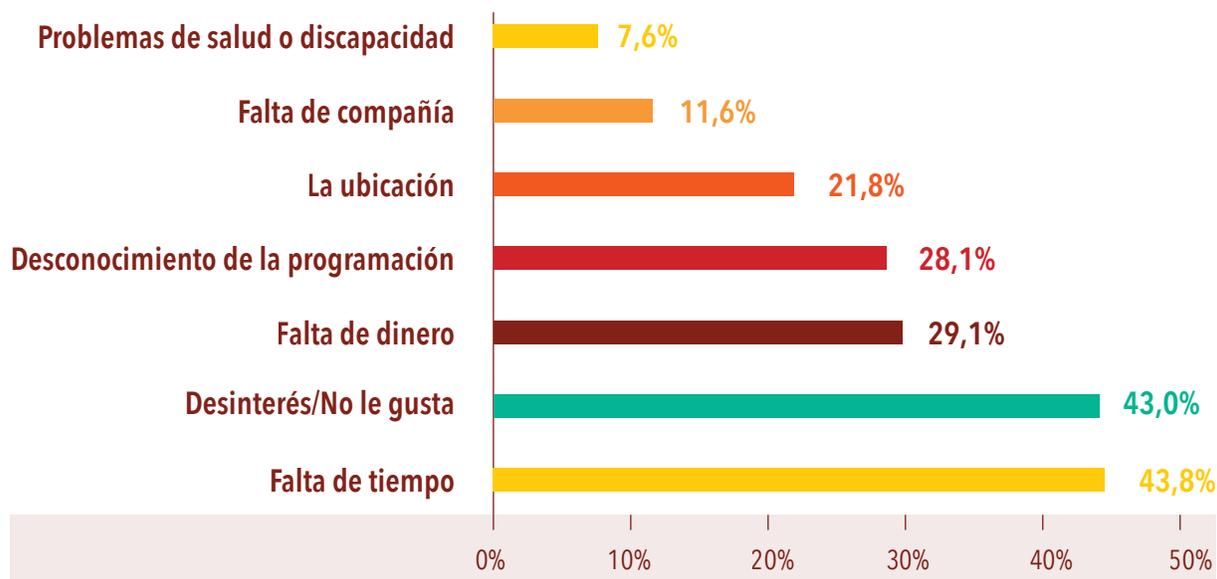
En la Tabla 3 se muestra como el Petronio, en opinión de la experiencia que les ofrece a sus visitantes, genera valor en términos culturales, sociales y económicos en el marco de un objetivo de desarrollo deseado que promueva la creatividad, la diversidad y la herencia cultural patrimonial. Esto se concreta en términos de empleos inclusivos y una mayor competitividad para Cali y el Pacífico, en el contexto nacional e internacional.

Ejemplos de esto último y centrándose en los asistentes de Cali y Área Metropolitana, se encuentra que: el 96.9% está de acuerdo en que la celebración y la asistencia al Petronio contribuye a su enriquecimiento cultural. Igualmente, el 96.6% considera que el Petronio contribuye a la integración y cohesión de las comunidades del Pacífico con el resto presentes en la ciudad de Cali y el 94% está de acuerdo en que el Petronio contribuye a la generación de ingresos y empleo para la ciudad.

## Razones de no asistencia

Como se indicó en la metodología se aplicaron encuestas a residentes locales, en la ciudad de Cali, donde se indagó por las razones de no asistencia al Festival. En concreto, la muestra se centró en personas mayores de 18 años que no asistieron a la 22 edición del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez. En la Figura 4. se muestran las razones declaradas de no asistencia. Las dos principales se vinculan con restricciones de tiempo (43.8%) y por preferencias, desinterés/no le gusta 43%. Le siguen la financiera, falta de dinero (29.1%), la falta de información, desconocimiento de la programación (21.8%) y un asunto de oferta, la ubicación del Festival (21.8%).

**Figura 4.** Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez. Razones de no asistencia



Fuente: elaboración propia con base en encuesta a no asistentes.

Las principales cuatro razones que motivan la no asistencia al Festival, claramente se vinculan con aspectos de demanda/asistencia (falta de tiempo, de dinero, preferencias, información). La quinta razón se vincula con un aspecto de la oferta, la ubicación del Festival. En general, estas razones están en línea con lo que muestran los estudios empíricos internacionales que explican la no asistencia a eventos culturales fuera del hogar y muestran la complejidad de explicar la no asistencia a este tipo de eventos<sup>27</sup>.

<sup>27</sup> Sobre determinantes de la asistencia a eventos culturales, ver: Ateca-Amestoy y Prieto-Rodríguez (2013); Aguado y Palma (2015); Schuster (2007); McCarthy y Jinnett (2001).

En primer lugar, algunos aspectos son propios de la naturaleza de las actividades culturales que implican que la participación/asistencia resulte costosa en un amplio sentido. Por el lado de la demanda, más allá de asuntos de falta de dinero, hay restricciones de tiempo, de información, de preferencias que inciden sobre la decisión de un individuo con respecto a asistir a este tipo de eventos. Por ejemplo:

Recorrer la ciudadela en la muestra de artes y oficios y/o presenciar el concurso musical, requiere un tiempo considerable (que inicia desde el desplazamiento del lugar de residencia/estudio/trabajo) y gastos conexos (transporte, parqueadero, alimentación, etc.), incluso teniendo presente que es gratuito el acceso.

Con respecto a las preferencias es perfectamente posible que muchos ciudadanos prefieran otras alternativas para usar el tiempo libre (p.ej. ir a un museo, teatro, etc.).

La falta de información (fechas de realización y su programación) impide que muchos conozcan del Festival, tengan su primera experiencia asistiendo y revela un espacio de oportunidad para los gestores del Festival para motivar su asistencia, que, a su vez, incide en las preferencias.

Por otro lado, la ubicación, un aspecto de oferta, incide apreciablemente entre quienes no asisten, cerca de un 22% de los no asistentes lo menciona como variable de interés.

Las razones de no asistencia ofrecen espacios de oportunidad a los gestores del Festival para establecer una estrategia que permita un cada vez mayor involucramiento de los locales en el Festival, y de la misma forma impacte sobre una mayor atracción de turistas. En primer lugar, la no asistencia al Festival se explica por razones que van más allá de las preferencias. En efecto, hay un espacio importante para relajar el efecto de restricciones como el tiempo, la falta de dinero y de información. Por ejemplo, a quienes les resulte, por razones de tiempo y de dinero, no factible desplazarse a la ciudadela, se pueden hacer presentaciones en centros comerciales, parques públicos que acerquen a la gente al Festival, le faciliten el desplazamiento y reduzcan los gastos conexos. Concretamente, sin perder la centralidad de la ciudadela, se sugiere explorar el diseño de una estrategia que amplíe territorialmente la oferta de eventos a distintas comunas de la ciudad. En ello, puede ser útil el trabajo conjunto con líderes culturales y artistas de las comunas y con las respectivas Juntas Comunales y Juntas Administradoras Locales.

En segundo lugar, se advierte un amplio espacio para establecer una estrategia comunicacional más eficiente, que permita a muchos conocer las fechas de realización del Festival y su programación, para motivar la asistencia.

## 5. Patrón de gasto de los asistentes

El gasto de los asistentes constituye uno de los principales componentes de la movilización de recursos económicos asociados al Festival. La estructura del gasto depende de diversos factores, entre ellos: el lugar de residencia del asistente, los días de estancia en la ciudad, el tipo de alojamiento, el medio de transporte usado para desplazarse por la ciudad, la visita a otros lugares/eventos disponibles en la ciudad, la compra de regalos, entre otros.

De acuerdo con la información que se muestra en la Tabla 4, un asistente residente en Cali y su Área Metropolitana realiza un flujo medio de gasto por día de COP \$ 42.291, con una media de asistencia de 2.6 días, para un gasto total durante el Festival de COP \$ 108.265. Por su parte, un turista (nacional/extranjero) realiza un gasto diario de COP \$ 166.721, durante 2.8 días, para alcanzar una media de COP \$ 465.152 durante su estancia en la ciudad. En general, incorporando la estancia total en el Festival, por cada peso [COP \$ 1] que gasta un residente de Cali, un turista del Pacífico en el Festival gasta COP \$ 2,32 y un turista residente en otras ciudades de Colombia y/o en el extranjero gasta COP \$ 4,30.

**Tabla 4. Gasto medio diario por persona, estancia media y gasto total durante el Festival [en pesos]**

Categoría de gasto	Lugar de Residencia			Total asistentes
	Cali A.M.	Pacífico	Resto [Colombia/ Extranjeros]	
Gasto medio diario por persona	\$ 42,291	\$ 90,583	\$ 166,721	\$ 101,656
No. medio de días de asistencia	2.6	2.8	2.8	2.7
Gasto medio por persona durante todo el Festival	\$ 108,265	\$ 250,915	\$ 465,152	\$ 273,455

Fuente: cálculos propios, encuesta a asistentes.

En la Tabla 5 se presenta la estructura del gasto en cinco grandes componentes. El gasto en la muestra expresiones culturales tradicionales, representado por el gasto en cocinas

tradicionales [p.ej. alimentos, bebidas, refrescos, mecato] y en artes & oficios [p.ej. artesanías, instrumentos, diseños, peinados]. El gasto en transporte local para desplazarse hasta la ciudadela, otros gastos fuera del Festival, p.ej. asociados a la compra de regalos [recuerdos] y la visita a sitios distintivos de la ciudad [p.ej. paseo panorámico por la ciudad en chiva; visitas a museos; Cristo Rey, etc.]. Para el caso de turistas (nacionales/ extranjeros) y del Pacífico se agregan los gastos en alojamiento en la ciudad.

**Tabla 5. Gasto medio diario por categoría [en pesos]**

Categoría de gasto	Lugar de Residencia			Total asistentes
	Cali A.M.	Pacífico	Resto [Colombia/ Extranjeros]	
<b>Hospedaje</b>	\$ 0	\$ 11,467	\$ 42,554	\$ 19,072
<b>Artes &amp; Oficios</b> [p.ej. artesanías, instrumentos, diseños, peinados]	\$ 7,969	\$ 16,099	\$ 25,532	\$ 16,668
<b>Cocinas tradicionales</b> [p.ej. alimentos, bebidas, refrescos, mecato]	\$ 25,212	\$ 36,060	\$ 53,541	\$ 38,692
<b>Transporte local</b>	\$ 4,590	\$ 11,358	\$ 19,421	\$ 11,913
<b>Otros fuera del Festival</b>	\$ 4,520	\$ 15,599	\$ 25,673	\$ 15,311
<b>Gasto medio total por día</b>	\$ 42,291	\$ 90,583	\$ 166,721	\$ 101,656

Fuente: cálculos propios, encuesta a asistentes.

Se aprecia en la Tabla 5 que el principal componente del gasto lo constituye el gasto en cocinas tradicionales [COP \$ 25.212] que representa cerca del 60% del gasto total diario para un residente en Cali. En el caso de un turista [COP \$ 53.541] este representa la tercera parte, seguido del hospedaje [COP \$ 42.554], de las compras en la muestra de artes & oficios [COP \$ 25.532] y otros gastos fuera del Festival por [COP \$ 25.673].

La Figura 5 reagrupa la distribución del gasto de los asistentes en dos categorías: gasto al interior de la ciudadela, integrado por los gastos en cocinas tradicionales más el gasto en la muestra de artes & oficios, y los gastos fuera de la ciudadela, integrados por el hospedaje, el transporte local y otros por fuera del Festival. Un residente en Cali y Área Metropolitana concentra su gasto dentro de la ciudadela [COP \$ 33.181 ≅ 78.5%], mientras tiende a balancearse más en el caso de los visitantes del Pacífico [COP \$ 52.119 ≅ 57.6%] y del resto de Colombia y del mundo [COP \$ 79.073 ≅ 47.4%].

**Figura 5. Gasto de los asistentes dentro y fuera de la ciudadela del Festival**



Fuente: cálculos propios, encuesta a asistentes.

Esta taxonomía del gasto permite aproximarse a la dinámica del Festival como generador de estímulos para la economía de la ciudad de Cali y del Pacífico, ver Figura 5. En general, para Cali el gasto por fuera de la ciudadela por parte de los asistentes dinamiza sectores vinculados a la cultura como el turismo, la hotelería, el transporte local [ver, 1 y 3 en la Figura 6]. A la vez, el gasto dentro de la ciudadela significa una inyección de recursos para los expositores de las muestras [cocinas tradicionales y artes & oficios] que provienen directamente desde el Pacífico y en esta zona operan los negocios [restaurantes & tiendas artesanales, ver, 2 en la misma Figura 6]. Igualmente, es importante retomar en este momento que 112 stands operan tanto en Cali como en el Pacífico, por tanto, el gasto dentro de la ciudadela genera un doble impacto, en Cali y en el resto de municipios del Pacífico.

**Figura 6. El impacto del Petronio sobre el territorio**



Fuente: elaboración propia.

## 6. Una aproximación al impacto económico

Como se indicó en el apartado precedente, el Petronio, sin duda genera un estímulo a la economía de la ciudad de Cali y a los municipios del Pacífico colombiano. El canal a través del cual lo hace se asocia con los siguientes elementos:

[i.] Para la ciudad de Cali, claramente se identifican dos fuentes de nueva demanda. De un lado, la actividad económica que induce toda la planeación y gestión de la realización del Festival y la construcción de la ciudadela del Petronio. De otro lado, el gasto de los asistentes, más concretamente de los turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad.

[ii.] Para el resto de municipios del Pacífico colombiano, claramente se identifican dos fuentes de nueva demanda, derivadas de la celebración del Petronio. De un lado, los ingresos que reciben los expositores que provienen de municipios del Pacífico por las ventas en las muestras de cocinas tradicionales y artes & oficios, lo que, a su vez, ha implicado la compra de insumos locales en los municipios de origen para la preparación de estos alimentos, artesanías, diseños o instrumentos. De otro lado, los ingresos que reciben los músicos y artistas del Pacífico en el marco del Festival.

Las interrelaciones sectoriales muestran como el sector de comercio y servicios de reparación captura las compras de los asistentes en regalos y recordatorios del Festival [desde artesanías, pasando por instrumentos musicales, hasta peinados] y el esfuerzo por parte de los productores y comerciantes locales y del Pacífico por satisfacer esta demanda.

El sector de servicios a las empresas representa las remuneraciones al trabajo creativo de artistas y proveedores de la logística para el desarrollo de la ciudadela del Festival. El sector de servicios de alojamiento, suministro de comidas y bebidas, refleja el gasto en hoteles y en alimentación de los asistentes, que mueven la industria local de hotelería y restauración. El sector de servicios de transporte moviliza toda la cadena de suministro [artistas, graderías, luces, instrumentos] que hace posible el Festival. El sector de producción agropecuaria, silvicultura y pesca se encarga de proveer todos los alimentos no procesados para el sector de restauración y para algunas artesanías. El sector de servicios de esparcimiento de mercado y no mercado refleja la dinámica del gasto en entretenimiento de los asistentes al Festival en actividades por fuera de la ciudadela.

Estas interrelaciones sectoriales, en términos económicos, dinamizan el tejido productivo de la ciudad de Cali y los municipios del Pacífico colombiano derivadas de la celebración del Petronio, ver Tabla 6.

**Tabla 6. Dinámica del gasto sobre el tejido productivo y el gasto que dinamiza el empleo**

<b>Tejido Productivo Local</b>	<b>Comercio y Servicios de reparación</b>	<b>Servicios a las empresas</b>	<b>Servicios de alojamiento, comidas y bebidas</b>	<b>Servicios de Transporte</b>	<b>Producción agropecuaria</b>	<b>Servicios de esparcimiento</b>
La Turbina de gasto asociada al Petronio	Regalos, recordatorios	Remuneraciones a artistas y proveedores	Hoteles y alimentación	Transporte de asistentes por la ciudad [MIO, Taxi], artistas, graderías, luces, instrumentos.	Alimentos no procesados para el sector de restauración [muestra cocinas tradicionales] e insumos para las artes & oficios [artesanías]	Gasto en entretenimiento de los asistentes en la ciudad, por fuera de la ciudadela

Fuente: elaboración propia.

Es así como a través de estos canales y relaciones intersectoriales se genera empleo y actividad económica derivados de la celebración del Petronio. Concretamente, a través de la encuesta a los expositores de la muestra de expresiones culturales tradicionales se encontró que se generaron en la atención de los stands un total de 929 puestos de trabajo, durante el Festival, ver Tabla 7 . Siguiendo la anotación de Caves (2000, 1–10) los empleos se dividen entre aquellos que su principal insumo es el trabajo creativo [p.ej. cocineras tradicionales, artesanos, diseñadores de instrumentos musicales, peinadoras, productores de bebidas autóctonas, etc.] y otros tipos de trabajo más rutinario [p.ej. ayudantes de venta, meseros, etc.]. En la Tabla 7 se muestra como de los 929 empleos generados en los Stands, 503 corresponden a creativos y 426 en actividades de apoyo. Por otro lado, en el concurso musical participan 431 músicos distribuidos en 44 grupos. Adicionalmente, hay 14 agrupaciones invitadas integradas por 174 músicos. En total, los aires musicales del Petronio movilizan a 605 artistas [músicos].

**Tabla 7. Número de empleos stands muestra de expresiones culturales tradicionales**

Modalidad	Total	Creativos	Apoyo
Artesanías, instrumentos y diseños	231	134	97
Bebidas tradicionales y autóctonas	233	116	117
Cocina tradicional	387	201	186
Dulces, mecats y refrescos	37	25	12
Peinados y cosméticos	41	27	14
<b>Total general</b>	<b>929</b>	<b>503</b>	<b>426</b>

Fuente: cálculos propios, encuesta a stands comerciales.

Por último, se realiza una aproximación más formal al impacto económico generado por el Festival. Si bien este no fue el objetivo central de este Informe, representa un complemento ideal para entender la triple óptica/importancia del Festival, tanto por sus valores culturales, sociales y económicos. Adicionalmente, muestra cómo los recursos culturales, en especial el patrimonio cultural inmaterial, representan un sector prioritario en el marco de una estrategia amplia de desarrollo local y nacional. En este informe la estimación se centra en el impacto sobre la ciudad de Cali y su área metropolitana como área de impacto.

Los cálculos realizados estiman el impacto económico de la celebración del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez sobre la ciudad de Cali y su área metropolitana (Tabla 7) en un poco más de 50 mil millones de pesos [COP \$ 50.343'179.505], generando 1.739 puestos de trabajo (aproximadamente 890 empleos de tiempo completo equivalente).<sup>28</sup>

28 Los supuestos para esta estimación son los siguientes: [i.] se toma el número de espectadores que arroja el estudio de SITUR [368.650 personas], que los expresamos en asistentes únicos a través de la frecuencia de asistencia revelada en la Encuesta Cara-Cara realizada a los Asistentes, [ii.] a través de las incidencias (asistentes por origen que no cumplen la pregunta filtro en la Encuesta a Asistentes) se estiman y deducen los asistentes "time-switchers", "casuales" y "escapados", [iii.] el gasto medio por persona y los días promedio de asistencia se toman de la Encuesta a los Asistentes, [iv.] los multiplicadores usados se derivan de la Matriz Adaptada por Duque et al. (2013) y Duque y Garizado (2018), citadas en el apartado de metodología, que ofrecen una aproximación al impacto sobre la producción y el empleo generados por las dos fuentes de demanda identificadas; se realiza un ajuste para tener en cuenta las filtraciones al Pacífico colombiano, a partir de la información de la encuesta a expositores sobre las compras que realizan directamente en los municipios de origen, [v.] los gastos/inversión en organización del Festival los aportó la Secretaría de Cultura del Municipio de Cali, estos gastos no fueron detallados y no permitieron estimar las filtraciones. Se espera en un segundo estudio ofrecer una estimación con mayor detalle del impacto económico, por sectores, que incluya el efecto sobre los municipios del Pacífico y en el cual el análisis del presupuesto del Festival permita identificar las posibles filtraciones.

**Tabla 8. Aproximación impacto económico y empleo**

<b>Número de espectadores (SITUR):</b>	368.650 personas
<b>Número de asistentes (asistentes únicos):</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 2,55 días asiste en promedio cada espectador (PUJC, 2018)</li></ul>	144.398 personas
<b>Gasto promedio por persona (PUJC, 2018):</b>	COP \$101.656
<b>Recursos Movilizados:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gasto total de asistentes: \$ 14.678'923.088</li><li>• Gasto de organización (Secretaría de Cultura): \$ 4.690'000.000</li></ul>	COP \$ 19.368'923.088
<b>Impacto económico aproximado:</b>	<b>COP \$ 50.343'179.505</b>
<b>Empleos</b>	<b>1.739 ocupados 890 empleos de tiempo completo equivalente</b>

Fuente: elaboración propia, ver pie de página número 28.

# 7. Conclusiones y recomendaciones

## Conclusiones

Actualmente no hay duda sobre el reconocimiento explícito de la cultura como sector estratégico dentro de las políticas públicas y, además, se reafirma la capacidad de los bienes culturales y creativos para contribuir a la generación de una competitividad sostenible del territorio. Desde una perspectiva económica el patrimonio cultural inmaterial genera una variedad de efectos. De un lado, están los 'beneficios intrínsecos' relacionados con el 'enriquecimiento de la vida de la gente' derivado de la participación [consumo/conocimiento]. De otro lado, la riqueza material, vinculada a la ventaja competitiva que le imprimen al territorio frente a destinos turísticos competidores, al ofrecer una opción para atraer turistas [nacionales e internacionales] que buscan nuevas y variadas experiencias culturales.

En el documento se ha presentado una metodología que resulta útil para aproximarse a la obtención de evidencia sobre la generación de valor de los bienes culturales asociados al patrimonio cultural inmaterial. En efecto, el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez contribuye a la competitividad sostenible del territorio, en la ciudad de Cali, y en la región Pacífica, a través del valor generado por conservar y proteger nuestras tradiciones, fiestas y memorias, que a su vez, implica sostener en el presente diálogos y conocimientos entre distintas culturas, que resultan clave para el fomento de un ambiente creativo e innovador.

La evidencia aportada en este Informe muestra que la experiencia de asistir como espectador al Festival contribuye: al enriquecimiento cultural propio [97%]; a la imagen de Cali como ciudad que alberga y fomenta la diversidad cultural [98,2%] y a la generación de ingresos y empleos para la ciudad [94,3%]. En el mismo sentido, la celebración del Festival, atrae turistas a la ciudad que posteriormente repiten la visita. En términos del talento creativo el Petronio moviliza dentro de la ciudadela 1.108 creativos: 503 creativos asociados a la muestra de expresiones culturales tradicionales del Pacífico y 605 músicos en los aires musicales del Festival.

En términos de impacto económico, se encuentra que el impacto atribuible a la celebración del Festival asciende a COP 50.343'179.505 y crea 1.739 puestos de trabajo (≅ 890

empleos de tiempo completo equivalente). Estímulo económico que no todo se queda en Cali, como ciudad anfitriona del mismo, parte se irriga por el resto de municipios del Pacífico colombiano, a través de los ingresos que reciben los expositores por las ventas en las muestras de cocinas tradicionales & artes y oficios, lo que, a su vez, ha implicado la compra de insumos locales en los municipios de origen. De otro lado, a través de los ingresos que reciben los músicos y artistas del Pacífico en el marco del Festival, que constituye una plataforma para el reconocimiento de nuevos talentos musicales.

## Recomendaciones

Para ampliar los efectos económicos del Festival sobre la ciudad de Cali y los municipios del Pacífico en Colombia se sugiere explorar más a fondo la economía de la ciudadela del Petronio. Concretamente, la interacción del gasto de los turistas, dentro y fuera de la ciudadela, con los clúster que se desprenden de las muestras [cocinas tradicionales y artes & oficios] territorialmente en la ciudad de Cali. Es decir, hay claros indicios de cierta especialización en zonas de la ciudad de Cali en lo gastronómico y en la moda & diseño asociados a la herencia cultural del Pacífico. Desde esta perspectiva el Festival no solo impacta directamente en Cali, también se irrigan beneficios a los municipios del Pacífico a través de la compra de insumos locales en los municipios de origen y la interacción permanente de negocios con sede en Cali y en el resto de municipios.

Se advierten espacios de oportunidad para la política cultural local, que están manos de los gestores del Festival, para ampliar la participación/asistencia: [i.] un Petronio más descentralizado territorialmente en la ciudad, que sin perder la centralidad de la ciudadela, genere oportunidades para la participación de más locales en el Festival, [ii] una estrategia pedagógica durante el Festival que permita un conocimiento más a fondo de la cultura del Pacífico para locales y visitantes, que a su vez mejore la experiencia del asistente al Festival, a partir del contacto con los aires musicales, las cocinas tradicionales y los artes y oficios, [iii.] una estrategia de comunicación más eficiente a nivel local, nacional e internacional sobre la relevancia del Festival, puede atraer nuevos públicos.

# Referencias

- Aguado, L. y Palma, L. (2015). " Factores que limitan la participación cultural. Una mirada desde la economía de la cultura". *Revista de Ciencias Sociales*, (XXI) 1, pp. 58-71.
- Ateca-Amestoy, V. y Prieto-Rodríguez, J. (2013). Forecasting accuracy of behavioural models for participation in the arts. *European Journal of Operational Research* 229 (1), 124-131.
- Bethlehem, J. (2009). *Applied Survey Methods: A Statistical Perspective*, cap.4. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Boix, R. & Rausell, P. (2017). *Los sectores culturales y creativos en Valencia*. Valencia: Las Naves, Cátedra Ciudad de València, Universitat de València, unidad de investigación Econcult.
- Caves, R. (2000). *Creative Industries. Contracts between Art and Commerce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Concejo Municipal de Cali (Acuerdo 267 de 2009): [http://www.concejodecali.gov.co/Documentos/Acuerdos/acuerdos\\_2009](http://www.concejodecali.gov.co/Documentos/Acuerdos/acuerdos_2009).
- Congreso de la República de Colombia (Ley 1472 de 2011): [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1472\\_2011.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1472_2011.html).
- Crompton, J., Lee, S. y Shuster, T. (2001). A guide for undertaking economic impact studies: the Springfest example. *Journal of Travel Research*, 40, pp. 79-87.
- Diedering, M., y Kwiatkowski, G. (2015). Economic impact of events and festivals on host regions - methods in practice & potential sources of bias. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 22, pp.241–246.
- Duque, H., Escobar, J., Aponte, E., Flórez, J. y Aguirre, A. (2013). *Impacto del TLC con Estados Unidos en la producción y el empleo del Valle del Cauca*.
- Duque, H., y Garizado, P. (2018). *Actualización MIP 2005 del Valle del Cauca*. Mimeo.
- Frey, B. (2000). *Art and Economics*. Heidelberg: Springer-Verlag.
- Gray, C. (2003). "Participation", 356–365. En Towse, Ed., (2003). *A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Herrero, L., Sanz, J., Devesa, M. y Bedate, A. (2006). The Economic Impact of Cultural Events: a case study of Salamanca 2002, European Capital of Culture. *European Urban and Regional Studies* (13)1, pp. 41-57.
- Hutter, M y Throsby, D. (Eds) (2008). *Beyond Price: Value in Culture, Economics and the Arts*, New York: Cambridge University Press.
- Hutter, M. y Frey, B. (2010). "On the Influence of Cultural Value on Economic Value". *Revue d'économie politique*, (120)1, 35–46.
- Lee, I., Arcodia, C., y Lee, T. (2012). Key characteristics of multicultural festivals: a critical review of the literature. *Event Management*, Vol. 16, pp. 93–101.

- Matarasso, F. (1997). *Use or Ornament? The Social Impact of Participation in the Arts*. Stroud: Comedia.
- McCarthy, K. y Jinnett, K. (2001). *A New Framework for Building Participation in the Arts*. Santa Monica, CA: Rand Corporation.
- Naciones Unidas (2000). *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo*. Series M N° 83 (Rev-1.0). Organización Mundial del Turismo). [<https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83-s.pdf>].
- OMPI (2016). *Conocimientos tradicionales y propiedad intelectual*. Breve reseña 1. Ginebra: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, OMPI.
- OMPI. (2008). *Proyecto de Análisis de las Carencias en la Protección de las Expresiones Culturales Tradicionales*. Documento WIPO/GRTKF/IC/13/4(b) Rev. Ginebra: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, OMPI.
- Palma, M., Palma, L. y Aguado, L. (2013). "Determinants of cultural and popular celebration attendance: the case study of Seville Spring Fiestas". *Journal of Cultural Economics*, (37)1, pp.87–107.
- Pazos, M. (2016). "Industrias culturales "afropacíficas": encrucijadas del multiculturalismo en la ciudad de Cali, Colombia". *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 24, pp. 75-90.
- Pazos, M. (2017). *Festivales afromusicales en Estados nación multiculturales: análisis en paralelo de México y Colombia*. *Revista CS*, 21, pp. 121-143.
- Richards, G. y Wilson, J. (2004). *The impact of cultural events on city image: Rotterdam cultural capital of Europe 2001*. *Urban Studies*, (41)10, pp. 1931-1951.
- SACO (2016). "National Arts Festival". *Monitoring & Evaluation: Key Development Indicator Report on a DAC Intervention*. South African Cultural Observatory, SACO. Department of Arts and Culture, Republic of South Africa.
- Schuster, J.M. (2007). "Participation Studies and Cross-National Comparison: Proliferation, Prudence, and Possibility". *Cultural Trends*, (16)2, 99–196.
- Secretaría de Cultura del Municipio de Cali (2018). *Reglamento Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez*: <https://petronio.cali.gov.co/blog/petronio-2018/reglamento-general-festival-de-musica-del-pacifico-petronio-alvarez-2018>.
- Sevilla, M. y Cabezas, F. (2017). *Guía (incompleta) al Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 1997-2016*. Cali: Sello Editorial Javeriano.
- Snowball, J. (2008). *Measuring the value of culture. Methods and examples in cultural economics*, cap. 2 y 3. Berlin: Springer Verlag.
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Throsby, D. (2010). *Cultural heritage*. En: *The Economics of Cultural Policy* (pp. 106-130). Cambridge: Cambridge University Press.
- WIPO (2014). *Intellectual Property and Folk, Arts and Cultural Festivals. Practical Guide*. Ginebra: World Intellectual Property Organization, WIPO.

# Anexo

**Tabla 9. Origen (procedencia) de los asistentes**

<b>Departamento</b>	<b>Municipio</b>
Antioquía	Envigado, Girardota, Granada, Marinilla, Medellín, Rio Negro, San Luis, Turbo, Barranquilla
Atlántico	Barranquilla
Bogotá	Bogotá
Bolívar	Cartagena de Indias
Boyacá	Guateque, Tunja
Caldas	Manizales
Cauca	Bolívar, Cajibío, Caldono, Caloto, Chinchiná, Guacarí, Guachené, Guapí, López de Micay, Mercaderes, Miranda, Padilla, Piendamó, Popayán, Puerto Tejada, Santander de Quilichao, Silvia, Suárez, Timbiquí, Villa Rica
Chocó	Alto Baudó, Bahía Solano, Condoto, El Litoral del San Juan, Istmina, Medio San, Juan, Quibdó
Córdoba	Montería, Planeta Rica
Cundinamarca	Cachipay, Facatativá, San Cayetano, Soacha
Huila	Isnos, Neiva
La Guajira	Riohacha
Meta	Villavicencio
Nariño	Barbacoas, El Charco, Francisco Pizarro, Ipiales, La Costa Nariño, Olaya Herrera, Pasto, Roberto Payán, San Andrés de Tumaco
Norte de Santander	Cúcuta, Ocaña
Quindío	Armenia, Salento
Risaralda	Pereira
San Andrés	Archipiélago de San Andres y Providencia
Santander	Barrancabermeja, Bucaramanga
Tolima	Ibagué
Valle del Cauca	Argelia, Bolívar, Buenaventura, Bugalagrande, Cali, Candelaria, Cartago, Dagua, El Cerrito, Florida, Guadalajara de Buga, Jamundí, Palmira, Pradera, Roldanillo, Sevilla, Toro, Trujillo, Tuluá, Vijes, Yumbo, Zarzal
<b>Continente</b>	<b>País de origen</b>
América	Argentina, Brasil, Ecuador, Estados Unidos, Venezuela
Europa	Alemania, España, Francia, Holanda, Inglaterra, Polonia



**ESTUDIO DE CARACTERIZACIÓN  
DE LA CULTURA DEL PACÍFICO COMO  
BIEN ECONÓMICO Y CULTURAL.**

*Caso: XXII Festival de Música del Pacífico  
Petronio Álvarez 2018*

ISBN 978-958-8977-94-2



9 789588 977942