

# **Balance Empresarial**

# **Festival Francisco El Hombre 2025**

**Alojamiento, Gastronomía y  
Comercio**

**Julio, 2025**

## **ALVARO ROMERO GUERRERO**

Presidente Ejecutivo

## **JUNTA DIRECTIVA REPRESENTANTE DE LOS COMERCIANTES**

### **PRINCIPALES**

ABRAHAN JOSE OVALLE ORTIZ  
ISABEL MARIA CURIEL DE LA HOZ  
LIDIS PESTANA ALMANZA  
DAVID ALEJANDRO ROMERO GUERRA

### **SUPLENTES**

FAMNYS MARIA CAMARGO MINDIOLA  
NEILA ESTHER MADERO NÚÑEZ  
ROSA MERCEDES COTES DE LUQUE

### **REPRESENTANTES DEL GOBIERNO**

JUAN MANUEL VENCE COTES  
CRISTOBAL ENRIQUE GONZALES ACOSTA

### **REVISORÍA FISCAL**

ALFREDO R. RIOS DE LA HOZ S.A.S.

### **REVISORA FISCAL DESIGNADA**

DIANA DE LA HOZ BULA

### **DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL**

#### **HILDA ISABEL LUBO GUTIÉRREZ**

Directora de Promoción y Desarrollo Empresarial  
hlubo@camaraguajira.org

#### **YOLAINA DAZA GUERRA**

Jefe de Investigación y Proyectos  
ydaza@camaraguajira.org

#### **EDUARDO DAGOVETT CASTRO**

Profesional de Estudios e Investigaciones  
edagovett@camaraguajira.org

Carrera 6 No 11 -03, Tel: (5) 7272415  
Sitio Web: [www.camaraguajira.org](http://www.camaraguajira.org)  
Riohacha – La Guajira, Colombia

# Introducción

Del 27 al 29 de junio de 2025, Riohacha vivió una nueva edición del Festival Francisco el Hombre, consolidándose una vez más como un referente cultural del caribe colombiano. La ciudad se transformó en un escenario de expresiones artísticas, ferias, muestras gastronómicas y conciertos que atrajeron a miles de visitantes locales y nacionales, dinamizando múltiples sectores de la economía local.

En este contexto, la Cámara de Comercio de La Guajira aplicó una encuesta a establecimientos de alojamiento, gastronomía y comercio, con el objetivo de conocer su percepción frente al desarrollo del festival, medir su nivel de satisfacción, identificar cambios en las dinámicas de ventas, ocupación hotelera y generación de empleo adicional durante los días del evento.

Este informe presenta los principales hallazgos obtenidos. Aporta información valiosa para la planificación de futuras ediciones del festival y fortalece la articulación entre cultura, turismo y desarrollo económico local.

Con esta iniciativa, la Cámara de Comercio de la Guajira reafirma su compromiso con el fortalecimiento del tejido empresarial y la promoción de estrategias que contribuyan al crecimiento sostenible del territorio.

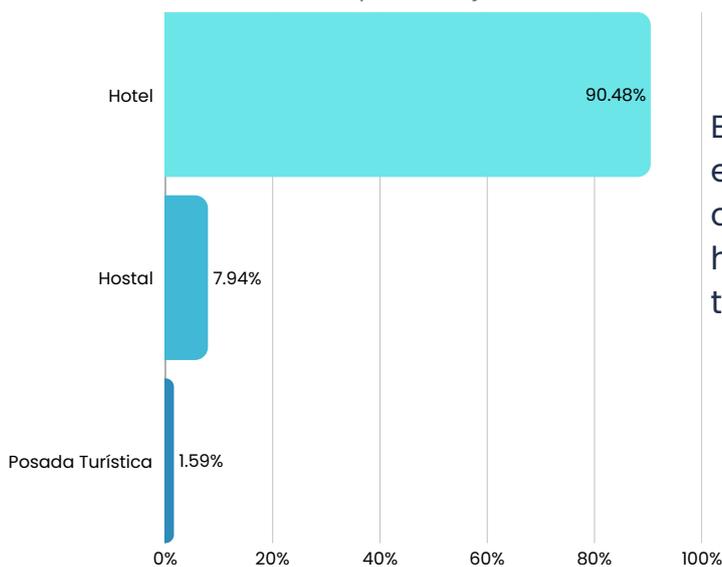


# RESULTADOS

# Sector Alojamiento

## 1. Tipo de alojamiento

Ilustración No. 1 Tipo de Alojamiento



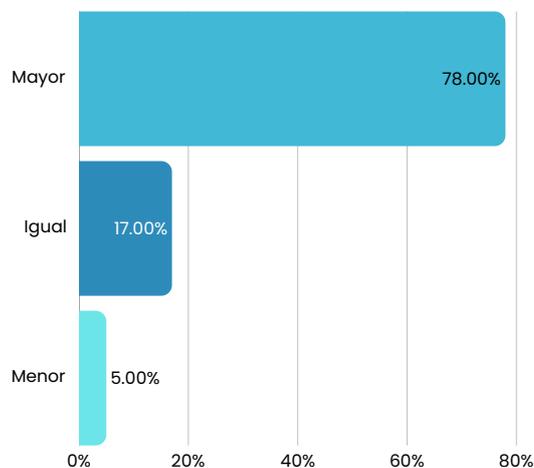
Entre los establecimientos encuestados, el 90,4 % correspondía a hoteles, el 7,9 % a hostales y el 1,5 % a posadas turísticas.

Fuente: Elaboración propia.

## 2. Dinámica de ocupación hotelera

Ilustración No. 2 Dinámica de nivel de ocupación

El 78% de los encuestados manifestó un nivel de ocupación superior durante el Festival Francisco El Hombres, en comparación con una semana habitual. Un 17% la calificó como igual, mientras que solo un 5% consideró que fue menor.



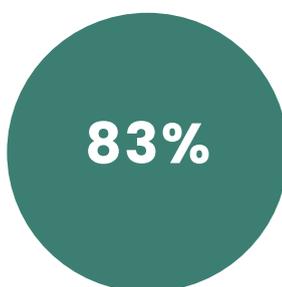
Fuente: Elaboración propia.

### 3. Ocupación hotelera promedio

Viernes 27-Junio



Sábado 28-Junio



Domingo 29-Junio



27 al 29 de Junio  
80%

### 4. Tarifa Promedio por noche

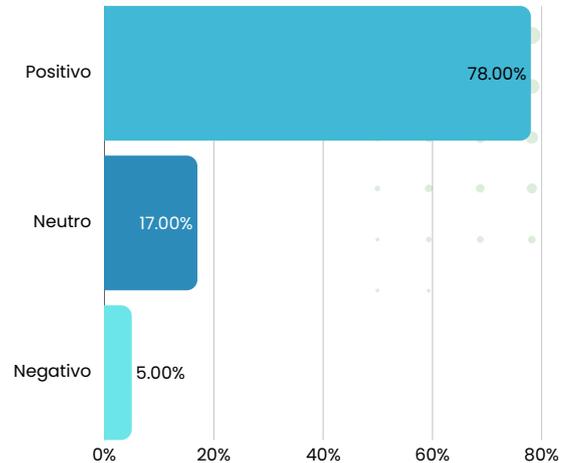
Según la información suministrada por los encuestados, se determinó que la tarifa promedio por habitación fue de



## 5. Impacto del festival en los negocios

El 78% de los encuestados manifestó haber percibido un impacto positivo del festival en su negocio, el 17% lo calificó como neutro y el 5% lo consideró negativo.

Ilustración No. 3. Impacto del festival en los negocios

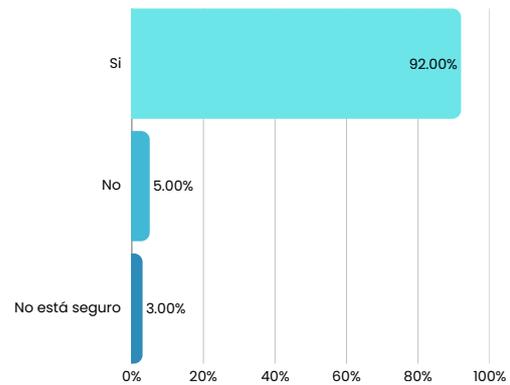


Fuente: Elaboración propia.

## 6. Posicionamiento de Riohacha

El 92% de los encuestados afirmó que el festival contribuye al posicionamiento de Riohacha como destino turístico.

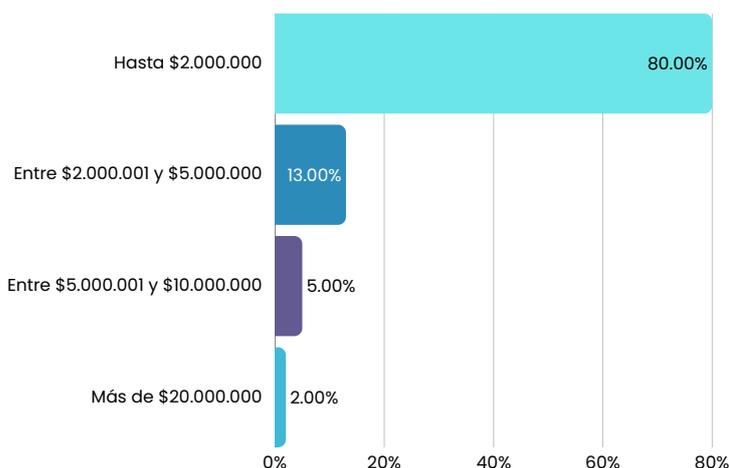
Ilustración No. 4 Posicionamiento de Riohacha



Fuente: Elaboración propia.

## 7. Promedio de ingresos diarios

Ilustración No. 5 Promedio de ingresos diarios



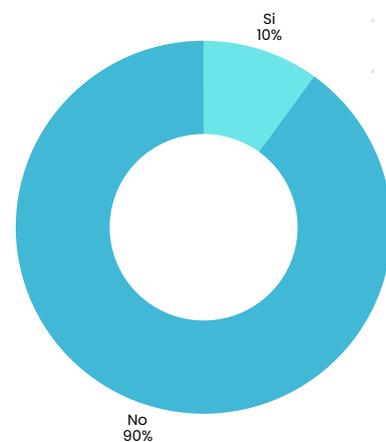
Fuente: Elaboración propia.

El 80% de los establecimientos de alojamiento reportó ingresos diarios de hasta \$2.000.000 durante el festival, mientras el 13% señaló ingresos diarios entre \$2.000.000 y \$5.000.000.

## 8. Generación de empleo adicional

En lo relacionado con la generación de empleo, el 90% de los establecimientos de alojamiento no requirió contratar personal adicional para atender la demanda durante el festival. Por su parte, el 10% sí reportó la vinculación de nuevos empleados de manera temporal.

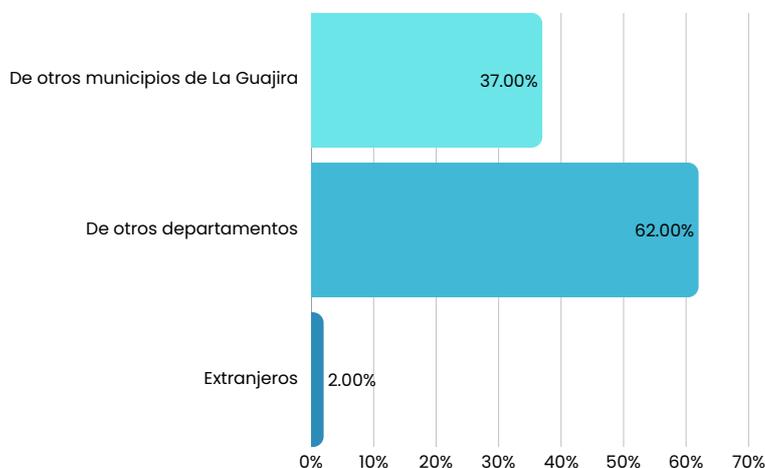
Ilustración No. 6 Generación de empleos



Fuente: Elaboración propia.

## 9. Procedencia de los turistas

Ilustración No. 7 Procedencia de los turistas



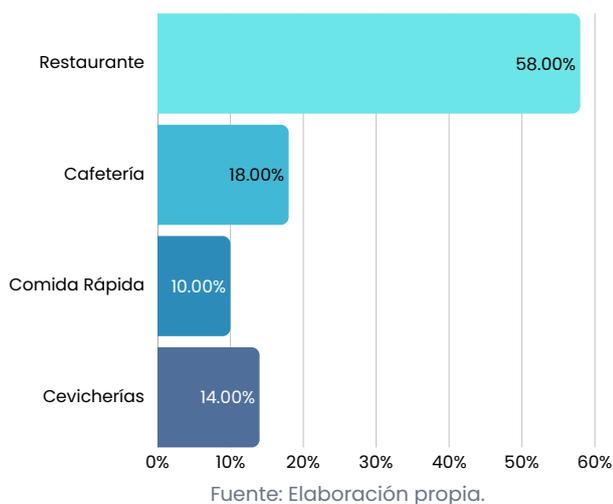
Fuente: Elaboración propia.

El 62% de los huéspedes provenía de otros departamentos del país, el 37% de municipios de La Guajira y solo el 2% del extranjero.

# Sector Gastronómico

## 1. Tipo de establecimiento

Ilustración No. 8 Tipo de establecimiento

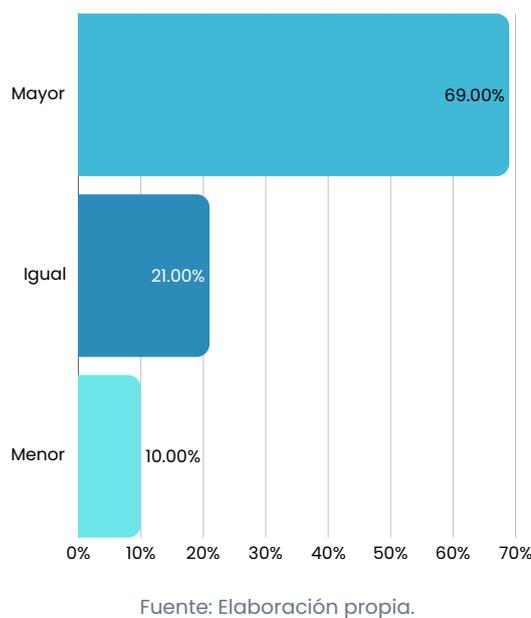


Entre los establecimientos de gastronomía encuestados, el 58 % correspondía a restaurantes, el 18 % a cafeterías, el 14% a cevicherías y el 10 % a comidas rápidas.

## 2. Dinámica de ventas

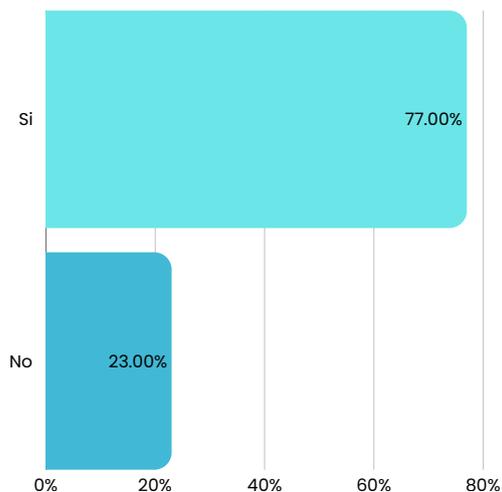
Ilustración No. 9 Dinámica de ventas

En cuanto a la dinámica de ventas, el 69 % de los encuestados señaló que fue mayor durante el festival, el 21% indicó que se mantuvo igual y el 10% dijo que fue menor.



### 3. Incremento afluencia de clientes

Ilustración No. 10 Incremento en afluencia de clientes



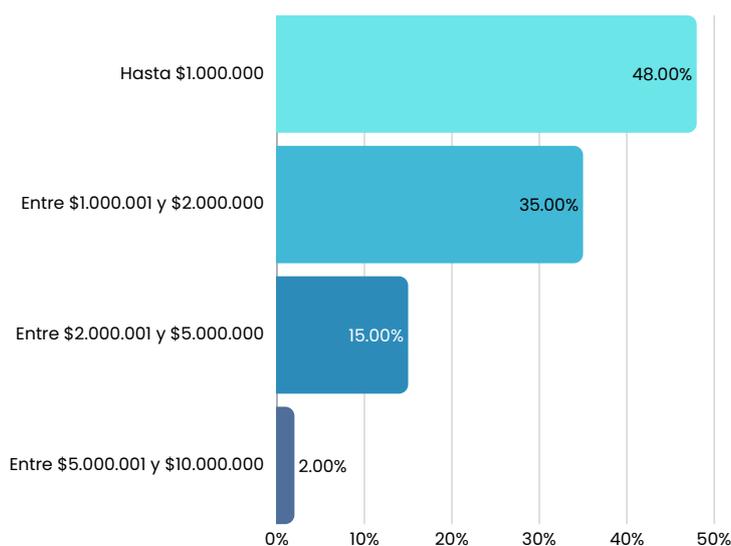
Fuente: Elaboración propia.

En relación con la afluencia de clientes durante los días del festival, el 77% de los encuestados manifestó haber percibido un aumento y el 23% no notó variaciones.

### 4. Promedio de ingresos diarios

Según el 48% de los propietarios de establecimientos gastronómicos, los ingresos diarios durante el festival fueron de hasta un \$1.000.000. El 35% reportó ingresos entre \$1.000.001 y \$2.000.000, y el 15% señaló ingresos diarios entre \$2.000.001 y \$5.000.000.

Ilustración No. 11 Promedio de ingreso diarios

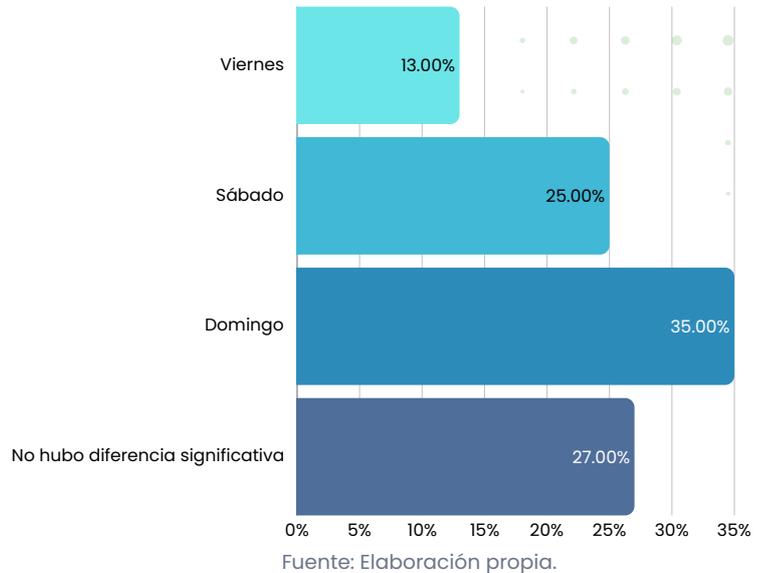


Fuente: Elaboración propia.

## 5. Día de mayor movimiento.

Según el 36% de los encuestados, el domingo fue el día de mayor movimiento durante el festival. El 27% indicó que no hubo diferencias significativas entre los días, mientras que el 25% señaló que el sábado registró la mayor afluencia.

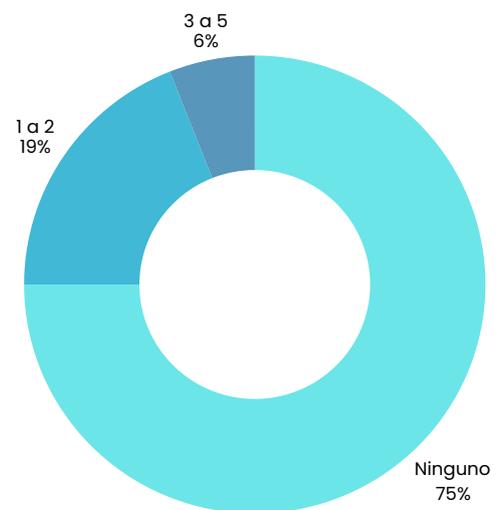
Ilustración No. 12 Día de mayor movimiento



## 6. Generación de empleo adicional

El 75% de los encuestados afirmó que no fue necesario contratar personal adicional durante los días del festival. En contraste, el 19% indicó que vinculó entre 1 y 2 personas, mientras que el 6% contrató entre 3 y 5 trabajadores adicionales.

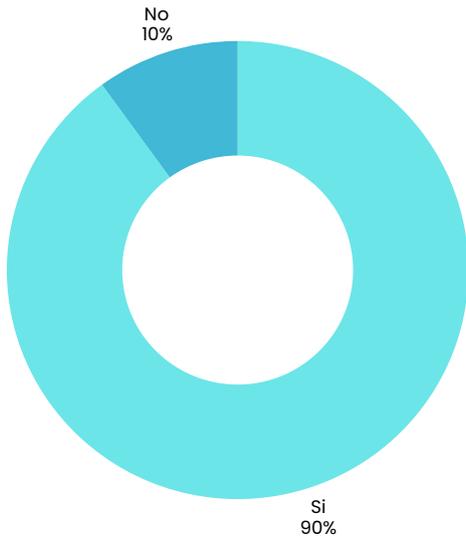
Ilustración No. 13 Generación de empleo



Fuente: Elaboración propia.

## 7. Matrícula ante cámara de comercio

Ilustración No. 14 Establecimientos matriculados ante cámara de comercio

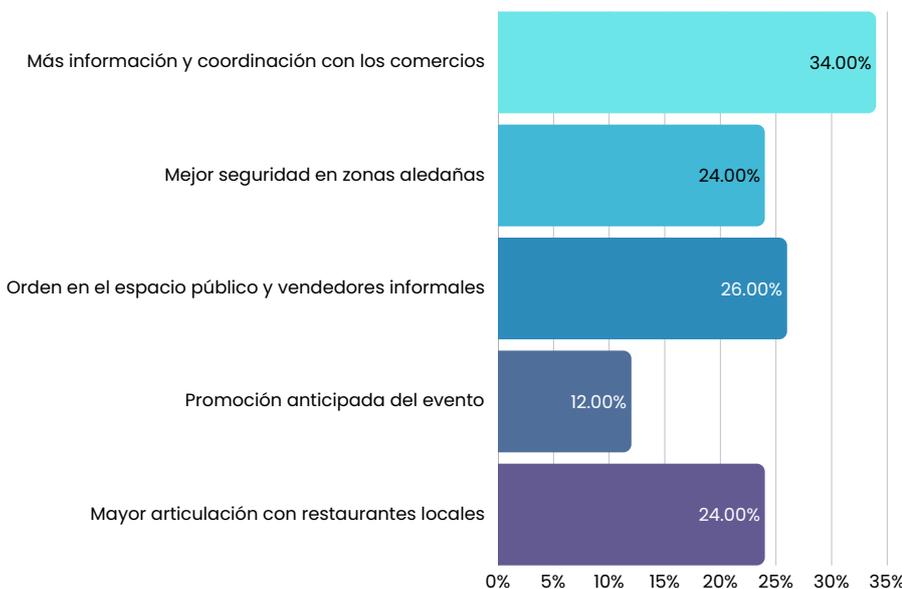


Se encontró que el 90% de los establecimientos encuestados se encuentran matriculados ante cámara de comercio, mientras que el 10% no se encuentran formalizados.

Fuente: Elaboración propia.

## 8. Recomendaciones

Ilustración No. 15 Recomendaciones por parte del sector Gastronómico



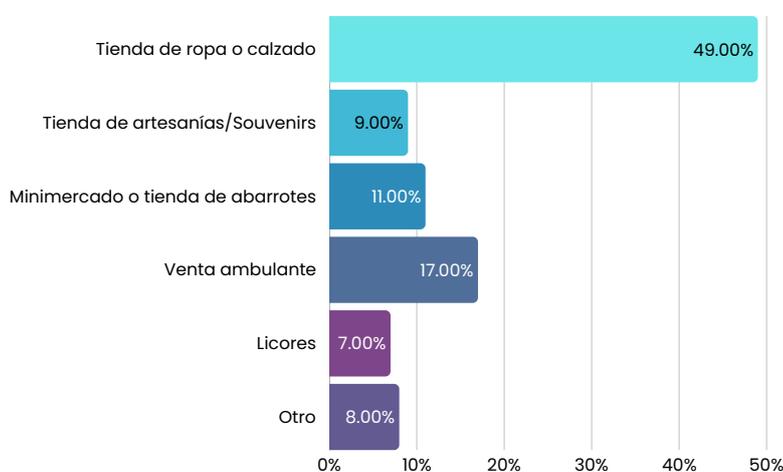
Entre las recomendaciones más recurrentes por parte de los empresarios del sector gastronómico se destacan: mayor información y coordinación con los comercios (34%) y mejor organización del espacio público y control de los vendedores informales (26%).

Fuente: Elaboración propia.  
\*El encuestado podía seleccionar más de una opción.

# Sector Comercio

## 1. Tipo de establecimiento

Ilustración No. 16 Tipo de establecimiento

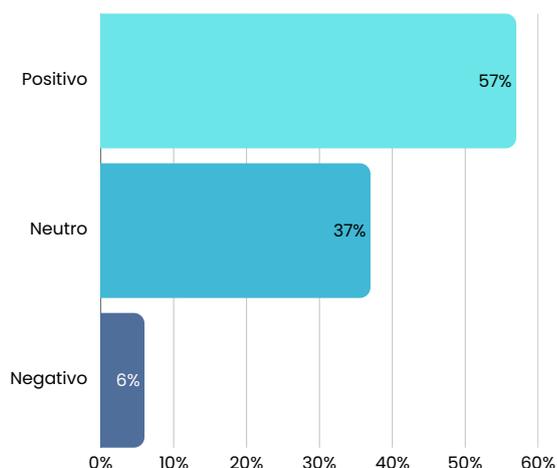


Fuente: Elaboración propia.

Entre los establecimientos encuestados, el 49 % correspondía a comercios de ropa o calzado, el 17 % a ventas ambulantes, el 11 % a minimercados y el 9 % a locales de artesanías o souvenirs.

## 2. Impacto del festival

Ilustración No. 17 Impacto del festival en el negocio

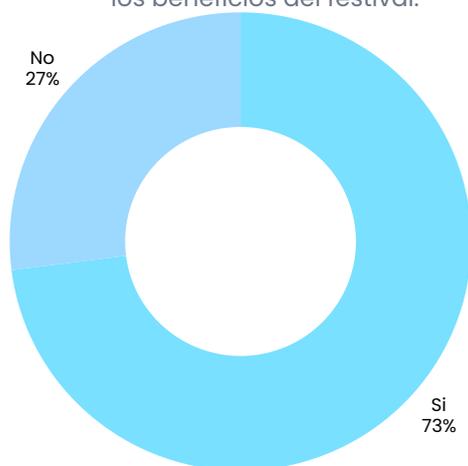


Fuente: Elaboración propia.

El 57 % de los comerciantes consideró que el festival tuvo un impacto positivo en sus negocios, el 37 % lo calificó como neutro y solo el 6 % como negativo.

### 3. Percepción de los comerciantes sobre los beneficio del Festival

Ilustración No. 18 Percepción de los comerciantes sobre los beneficios del festival.

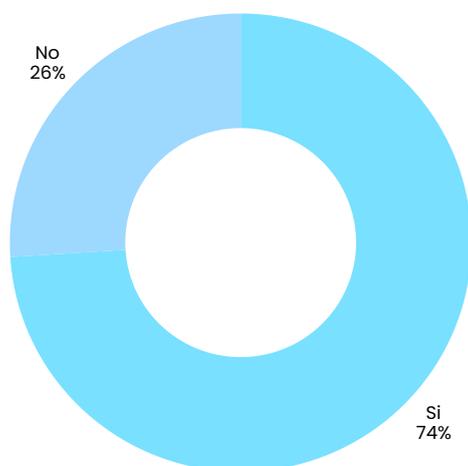


Fuente: Elaboración propia.

El 73% de los comerciantes encuestados consideró que el festival generó un beneficio para el comercio local. En contraste, el 27% opinó que no tuvo un impacto positivo.

### 4. Generación de clientes

Ilustración No. 19 Generación de clientes a partir del festival



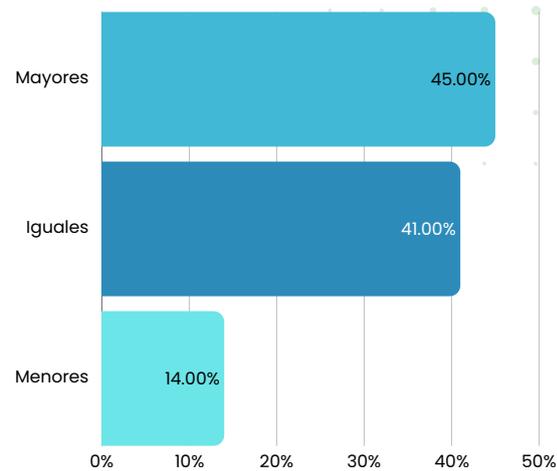
Fuente: Elaboración propia.

El 74% de los comerciantes encuestados consideró que el festival atrajo más clientes a sus establecimientos. En contraste, el 26% opinó que no hubo un aumento en la afluencia de clientes.

## 5. Dinámica de ventas

El 45% de los comerciantes indicó que la dinámica de ventas se mantuvo con un comportamiento mayor durante el festival, el 41% percibió que el comportamiento fue igual y el 14% señaló que fueron menores.

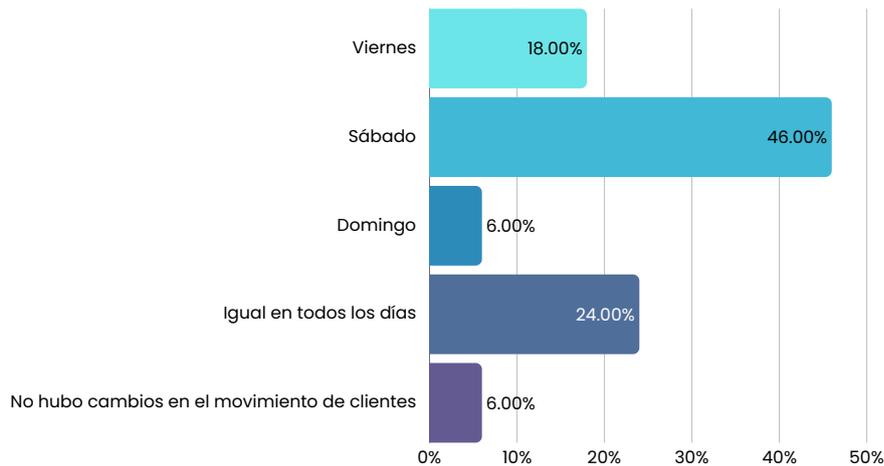
Ilustración No. 20 Dinámica de ventas



Fuente: Elaboración propia.

## 6. Día de mayor venta

Ilustración No. 21 Día de mayor venta

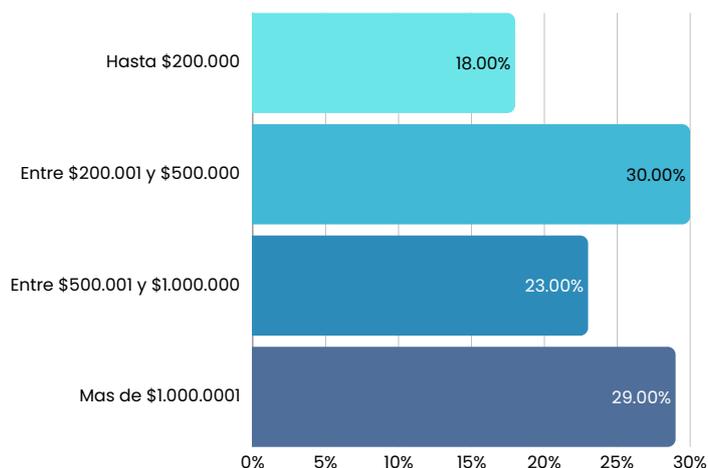


Fuente: Elaboración propia.

El 46% de los comerciantes consideró que el sábado fue el día con mayores ventas. Por su parte, el 24% indicó que el comportamiento fue similar durante todos los días del festival, el 18% señaló el viernes como el día más fuerte en ventas y el 6% destacó el domingo.

## 7. Ingreso promedio diario

Ilustración No. 22 Ingreso promedio diario

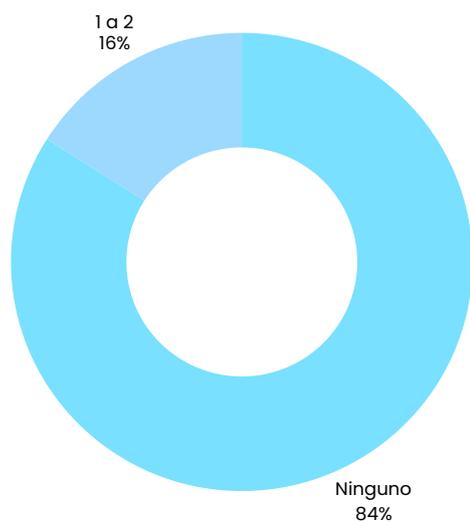


Fuente: Elaboración propia.

El 30% de los comerciantes indicó que sus ingresos diarios promedio durante el festival estuvieron entre \$200.001 y \$500.000, mientras que el 23% reportó ingresos entre \$500.001 y \$1.000.000. Por su parte, el 29% tuvo ingresos superiores a \$1.000.001.

## 8. Generación de empleo adicional

Ilustración No. 23 Generación de empleo

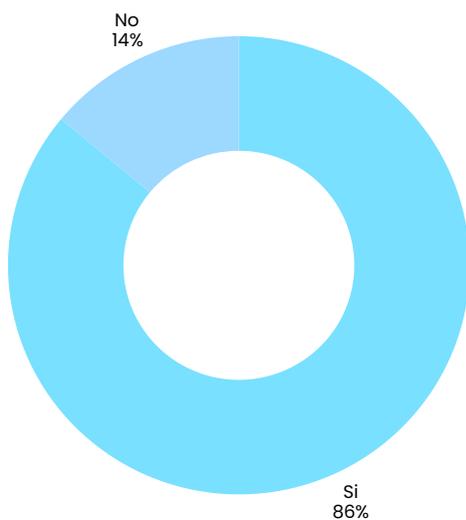


Fuente: Elaboración propia.

Según el 84% de los comerciantes encuestados, no fue necesario contratar personal adicional durante los días del festival. En contraste, el 16% reportó haber vinculado entre 1 y 2 empleados para atender el aumento en la demanda.

## 9. Matrícula ante cámara de comercio

Ilustración No. 24 Establecimiento matriculado ante cámara de comercio



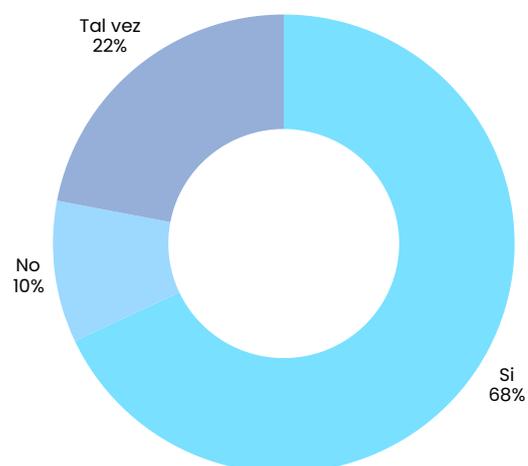
Fuente: Elaboración propia.

Se encontró que el 86% de los establecimientos encuestados se encuentran matriculados ante cámara de comercio, mientras que el 14% no se encuentran formalizados.

## 10. Interés de articulación futura con el festival

Ilustración No. 25 Interés para articularse con el festival

El 68% de los comerciantes manifestó estar dispuesto a articularse con el festival en futuras ediciones, mientras que el 22% indicó que tal vez lo haría.



Fuente: Elaboración propia.

# Conclusiones

El Festival Francisco el Hombre 2025 reafirmó su importancia como motor de dinamización económica para Riohacha, generando un impacto especialmente favorable en los sectores de alojamiento, gastronomía y comercio. Los resultados del estudio muestran que el evento no solo movilizó a miles de visitantes, sino que también fortaleció el tejido empresarial local a través del aumento en ventas, ingresos y posicionamiento turístico.

En el sector alojamiento, se destacó un alto nivel de ocupación hotelera con un promedio del 80% durante los días del festival y un pico del 83% el sábado. Este comportamiento estuvo acompañado por un notable incremento en la dinámica de ventas, reportado por el 78% de los establecimientos, y por ingresos diarios: el 80% registró ingresos de hasta \$2.000.000, y un 20% superó ese umbral. La mayoría de los huéspedes provenía de otros departamentos, lo cual refleja la capacidad del festival para atraer turismo nacional. Además, el 92% de los empresarios consideró que el evento contribuye de manera decisiva al posicionamiento de Riohacha como un destino turístico relevante en el Caribe colombiano.

En cuanto al sector gastronómico, los resultados también fueron favorables. El 69% de los empresarios reportó un aumento en sus ventas y el 77% percibió una mayor afluencia de clientes, lo que evidencia una dinámica comercial activa durante todo el fin de semana del festival. En términos de ingresos, casi la mitad de los establecimientos tuvo ingresos diarios de hasta \$1.000.000, mientras que un porcentaje considerable superó esta cifra, demostrando un movimiento económico positivo. El domingo fue identificado como el día de mayor actividad comercial en este sector, y la mayoría de los establecimientos encuestados estaban formalmente matriculados. A pesar de las recomendaciones puntuales en temas de coordinación y espacio público, la valoración general del festival fue positiva.

# Conclusiones

El sector comercio también evidenció importantes beneficios económicos. Un 45% de los comerciantes experimentó un aumento en sus ventas, mientras que un 41% mantuvo sus niveles habituales, mostrando estabilidad e incluso crecimiento. Los ingresos diarios se concentraron principalmente entre \$200.000 y \$1.000.000, y casi un tercio de los establecimientos logró superar el millón de pesos en un solo día. El sábado fue considerado como el día de mayor movimiento de ventas, y el 74% de los comerciantes reconoció que el festival atrajo más clientes a sus locales. Asimismo, el 73% coincidió en que el evento benefició directamente al comercio local y un 68% manifestó interés en participar en futuras ediciones, lo cual demuestra confianza empresarial y disposición a seguir articulándose con el evento. La formalización del sector también fue alta, con un 86% de establecimientos matriculados.

En resumen, el Festival Francisco el Hombre 2025 no solo cumplió su función cultural y turística, sino que se consolidó como una estrategia efectiva de reactivación y fortalecimiento económico. Su impacto positivo en ventas, ingresos y percepción empresarial deja un balance alentador y reafirma la necesidad de continuar fortaleciendo este tipo de eventos como espacios clave para el desarrollo local.

# Ficha Técnica

TIPO DE MUESTRA	<p>PARA EL SECTOR DE COMERCIO Y GASTRONOMÍA, SE UTILIZÓ UNA MUESTRA NO PROBABILÍSTICA, SELECCIONANDO ESTABLECIMIENTOS UBICADOS EN LAS ZONAS DE INFLUENCIA DEL FESTIVAL.</p> <p>EN EL CASO DEL SECTOR ALOJAMIENTO, SE APLICÓ UNA MUESTRA PROBABILÍSTICA ALEATORIA SIMPLE, SELECCIONANDO DE FORMA ALEATORIA ESTABLECIMIENTOS CON REGISTRO NACIONAL DE TURISMO (RNT) ACTIVO EN EL MUNICIPIO DE RIOHACHA.</p>
TAMAÑO MUESTRAL	<ul style="list-style-type: none"><li>• ALOJAMIENTOS: 63</li><li>• COMERCIO: 120</li><li>• GASTRONÓMICO: 50</li></ul>
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>COMERCIO Y GASTRONOMÍA:</b> PROPIETARIOS Y/O ADMINISTRADORES DE ESTABLECIMIENTOS UBICADOS EN LAS ZONAS DE INFLUENCIA DEL FESTIVAL.</li><li>• <b>ALOJAMIENTOS:</b> PROPIETARIOS Y/O ADMINISTRADORES DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE CON REGISTRO NACIONAL DE TURISMO (RNT) ACTIVO UBICADOS EN EL MUNICIPIO DE RIOHACHA</li></ul>
TECNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	ENCUESTA CON CUESTIONARIO ESTRUCTURADO
PERIODO ANALIZADO	27 - 29 DE JUNIO 2025
PERIODO DE RECOLECCIÓN	29 DE JUNIO - 01 DE JULIO DE 2025
COBERTURA	DISTRITO DE RIOHACHA.

# Síguenos



@ccguajira



Cámara de Comercio  
de La Guajira

[www.camaraguajira.org](http://www.camaraguajira.org)

