



Rockódromo 2022

INFORME DE IMPACTO

Festival Rockódromo
Realizado en Valparaíso,
15 al 18 de diciembre del 2022



Informe de Impacto Rockódromo 2022

Ministro de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
Jaime de Aguirre Hoffa

Subsecretaria de las Culturas y las Artes
Andrea Gutiérrez Vásquez

Jefa del Departamento de Fomento
Claudia Gutiérrez Carrosa

Secretaria Ejecutiva del Consejo de Fomento de la Música
Nacional
Camila Gallardo Valenzuela

Encargado del Programa Escuelas de Rock y Música Popular
Cristian Zúñiga Lucero

Realizado por el centro de estudios Evento Medido

www.cultura.gob.cl
www.escuelasderock.cultura.gob.cl



Índice de Contenidos

Ficha del Evento	5
1. Resumen Ejecutivo	6
Impacto Social/Cultural	
Impacto Económico Indirecto	
Impacto Económico Directo	
Impacto Medioambiental	
2. Objetivos	7
Objetivo del evento	
Objetivo del Reporte	
3. Cuadro Metodológico	8
Metodología de Investigación	
Estudio Medioambiental	
Estudio Socio/Cultural	
Estudio Económico	
4. Antecedentes previos	11
Estudio anterior	
5. Resultados obtenidos	12
Perfil de Stakeholders/Resumen Infográfico	
Públicos y Audiencias	
Estudio descriptivo Pùblicos y Audiencias	
Artistas	
Estudio de Impacto Medio Ambiental	
Estudio de Impacto Social/Cultural	
Estudio de Impacto Económico	
6. Anexos	48

FESTIVAL

ROCKÓ DROMO

2022

Valparaíso 15 al 18 de diciembre

¡Viento en popa!



Ficha del Evento

Nombre del Evento: Rockódromo 2022

Tipo de Evento: Conferencia y Festival

Formato: Presencial

Fecha de realización: 15-18 de Diciembre 2022

Lugar(es): Teatro Municipal de Valparaíso, Casa de la Cultura de Valparaíso, Sala Rubén Darío UV y Parque Alejo Barrios.

Organizadores: Escuelas de Rock (Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio)

Financistas: Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio

Públicos/ Audiencias

40.000
personas*



- 2.000 personas únicas estimadas.

Impacto Económico

\$1.040
millones de pesos



Cantidad total de la suma de impacto económico directo e impacto económico indirecto.

Conversión

x2,3



Tasa de conversión consiste en 0,23 pesos de impacto valorizado por cada peso invertido

1. Resumen ejecutivo

El presente informe tiene como objetivo dar a conocer los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los públicos, emprendedores y artistas participantes del Festival Rockódromo 2022, considerando distintos tipos de impactos a medir tales como: económico, social-cultural y ambiental.

Impacto Social/Cultural

Los públicos encuestados de Rockódromo tienen un perfil tipo que se representa por una persona que se identifica con el género femenino, tiene 29 años, tiene estudios superiores profesionales completos y se comunica por WhatsApp y su red social de preferencia es Instagram. También valora el Festival y su programación aspirando a que existan más eventos como éstos en Valparaíso.

Impacto Económico Indirecto

El desplazamiento de más de un tercio de los públicos, por una estadía promedio de 1,2 días y un gasto diario cercano a los \$63.500 resulta en un impacto en la economía local de casi \$278 millones de pesos sólo por turis-

mo. Considerando al público total que visitó la ciudad, el monto alcanza los \$592 millones. Se estima también que de ser pagado un ticket de entrada, las personas encuestadas lo valoran en \$19.700 promedio, por lo que hay un impacto de beneficio social cuantificado en \$789 millones de pesos. Estos dos valores establecen un Ratio de Conversión de 2,3. Lo que significa que por cada peso invertido en el festival, 2,3 pesos entran a la economía de Valparaíso de forma directa e indirecta por turismo.

Impacto Económico Directo

Se estima un impacto económico directo de \$448 millones de pesos, correspondiente a los costos de realización del Festival Rockódromo.

Impacto Medioambiental

Los desplazamientos de los asistentes al lugar de realización y el alojamiento de éstos se constituyen como el principal eje de impacto ambiental generado durante el Festival, con una suma total de 231 toneladas de CO₂.

2. Objetivos

a) Objetivo del Evento

Rockódromo es parte de la Red Nacional de Festivales. Es un festival musical público que se realiza en el Parque Alejo Barrios de Playa Ancha. Es uno de los eventos masivos porteños con más ediciones y la mayor cantidad de bandas y músicos participantes.

Su objetivo es reunir proyectos musicales destacados de los procesos formativos que se implementan durante todo el año con destacados/as exponentes de la música nacional e internacional.

En esta edición se trabajó en conjunto con diversas unidades y programas del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (Mincap), así como organizaciones locales y de otras regiones, conjugando un programa variado e integrador de la industria musical y cultural.

En particular este año también se presentó de manera especial el espectáculo en 5 escenarios distintos, además de invitar a un conjunto de emprendedores para fomentar aun más el impacto económico en Valparaíso. Por otro lado, se regresa a la masividad de espectáculos presenciales, lo que presentó desafíos de seguridad y el reencuentro del festival con el público rockero.

b) Objetivo del reporte

Todos los eventos generan algún tipo de impacto, sea este económico, socio-cultural o ambiental. Festivales, competencias, marchas o conferencias, entre otros, provocan impactos positivos y negativos en su entorno. La falta de indicadores cuantitativos de impacto dificulta la gestión, pues por un lado los organizadores no tienen ninguna certeza de qué están haciendo bien ni de qué deben mejorar. Por otro lado pierden la oportunidad de contar con información que les permita defender su gestión, levantar financiamiento público y/o privado para sus eventos y crecer.

¿Cuánto aporta la realización de un festival a la activación del turismo en una ciudad? ¿Cuál es su huella de carbono? ¿La comunidad local está siendo partícipe del evento o lo rechaza? ¿Cuánto empleo se generó? ¿Qué impacto tuvo su rueda de negocios? Todas estas interrogantes abren oportunidades cuando logran ser respondidas.

Por lo tanto, el objetivo de este Informe es describir el impacto de Rockódromo en términos Económicos, Socioculturales y Ambientales en la ciudad de Valparaíso y las personas que participaron de este evento.

3. Cuadro metodológico

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Estudio exploratorio descriptivo.

Dada las características del estudio, el principal acercamiento a la población total será para identificar las preferencias de las personas encuestadas (por lo que el tamaño de la muestra no es crucial), en consideración a lo anterior, la precisión que se busca es alta. Para ello se buscará obtener la mayor cantidad de respuestas posibles. Además, la investigación busca contar con 95% de confianza al menos, reconociendo también que las personas en eventos suelen tener un bajo nivel de variabilidad, por lo tanto, no se requiere un gran número de encuestas. A pesar de ello, se busca una variabilidad mínima del 50%.

La investigación se realizó con una tasa de respuestas 0,01% (total de respuestas/total de públicos; total de respuestas/total de audiencias)

Gracias a la herramienta Dashboard se puede analizar luego las muestras desde una perspectiva Muestreo aleatorio estratificado al filtrar los datos por estratos, o Muestreo aleatorio por conglomerados al filtrar por conglomerados naturales.

El Tamaño de una muestra a utilizar será para estimar una media.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \sigma^2}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

Para aplicarla, debemos saber:

Aparte del nivel de confianza (1- α) y el margen de error admitido (e), de los que se ha hablado arriba, ahora debemos tener una idea de la varianza (σ^2) de la distribución de la variable a considerar.

Si no tuviésemos datos de esa varianza, recurriremos a:

- Estudios anteriores sobre el mismo asunto.
- Realizar una prueba piloto con una muestra pequeña.
- Tomar una estimación conservadora de la varianza, con el cuadrado de la mitad de la diferencia entre el valor máximo y el mínimo que consideramos puede tomar la variable.

$$\sigma^2 \sim \left(\frac{V_{\max} - V_{\min}}{2} \right)^2$$

ESTUDIO MEDIOAMBIENTAL

El estudio ambiental se basa en dos factores de emisiones que los públicos del festival generan por participar del evento.

En primera instancia se encuentra el cálculo de impacto en Kg CO₂ por alojamientos necesarios para hospedar a las personas que viajaron y se quedaron al menos una noche en la ciudad.

Para este cálculo se ha utilizado la siguiente tabla de coeficientes de impacto:

Tipo de Hospedaje	Kg CO ₂ e/ Habitación Ocupada
Residencia Valparaíso	0
Hotelería 1 estrella	75,4
Hotelería 2 estrellas	75,4
Hotelería 3 estrellas	43,8
Hotelería 4 estrellas	30,7
Hotelería 5 estrellas	62,3
Hotelería Hostal	8,65
Hotelería	8,65
Camping	8,65
Cabaña	8,65
Casa de amigos/as/es	8,65
App de alojamiento (Airbnb/Booking/otro)	8,65

La tabla muestra coeficientes que se obtienen por el uso de electricidad por cada pasajero/a. Esta tabla es complementada con el número de noches de hospedaje.

El segundo cálculo responde a las emisiones de CO₂ generadas por el traslado de las personas que asisten al festival. Acá se consideran los coeficientes por tipos de vehículos y distancias recorridas desde las ciudades de residencia.

Transporte Particular	Kg CO ₂ e/Km Vehículo
Transporte Activo (Caminata/bici/otro)	0
Moto Gasolina	0,10289
Moto Diésel	0,10289
Moto Híbrido	0,10289
Metro	0,035
Transporte Público Micro/bus urbano	0,12076
Auto Particular Gasolina	0,19228

La tabla muestra coeficientes considerados por Km. aunque las de transporte público se han adaptado porque responden al impacto por persona y no por distancia. Estos coeficientes son calculados en base a las distancias entre comunas definidas por SUBDERE y MOP.

ESTUDIO SOCIO/CULTURAL

Se buscó determinar en primer lugar la opinión, experiencia y percepción respecto a varios temas relacionados al evento (identidad cultural, sentido de comunidad, promoción de la cultura, etc.) de manera transversal a los públicos para el estudio. En segundo lugar, se buscó determinar el nivel de participación, conocimiento e información con respecto al evento, entre otras.

Finalmente, además de los impactos mencionados, se estableció un perfil tanto para el público asistente al evento como para el comercio y servicios.

ESTUDIO ECONÓMICO

El impacto económico se compone por un efecto directo e indirecto principalmente. En el primero de ellos se identificaron todos los gastos efectuados por parte de la organización para el montaje del festival (compras, infraestructura, administración, personal, etc). En el segundo de ellos se identificaron los gastos efectuados por los no residentes como consecuencia de asistir al evento. Para esto se consideraron gastos en transporte, alimentación, entretenimiento y estadía. Además, se consideraron variables tales como días y noches de estadía y el motivo de la visita a la localidad.

Para el cálculo del gasto indirecto se utilizó como base la siguiente fórmula:

$$PNL = PT * \% \text{ NO LOCALES} * [100\% * \% \text{ MOTIVO PPAL} + 50\% * \% \text{ UN MOTIVO} + (0\% * \% \text{ NO MOTIVO PPAL})]$$

Dónde:

PNL: Público No Local **PT:** Público Total Asistente

% No locales: Porcentaje de público asistente que no pertenece a la localidad.

% Motivo PPAL: Porcentaje de público asistente que se traslada a la localidad principalmente por el festival.

% Un Motivo: Porcentaje de público asistente que se traslada a la localidad considerando al festival como uno de sus motivos (no siendo la razón principal).

% No Motivo PPAL: Porcentaje de público asistente que se traslada a la localidad por razones ajenas al festival.

Teniendo el PNL y el gasto incurrido en cada ítem (entretenimiento, compras, transporte, alimentación), se pudo calcular el efecto indirecto total utilizando la siguiente fórmula:

$$EI = \sum_{i=1}^{11} EI_i = \sum_{i=1}^{11} PNL_i * DPi * (GPD)i$$

Dónde:

EI: Efecto Indirecto Total

EI_i: Efecto Indirecto de la actividad i-ésima

PNL_i: Público No Local que gastó en la actividad i-ésima

DP_i: Días Promedio

GPD_i: Gasto Promedio Diario en la actividad i-ésima

Con respecto a la medición del impacto directo, este se calculó de la siguiente manera:

$$ED = GT * \% CL$$

Dónde:

ED: Efecto Directo

GT: Gasto Total por la Organización en el festival.

% CL: Porcentaje de compras que se realizaron en la localidad.

4. Antecedentes Previos

a) Estudio anterior

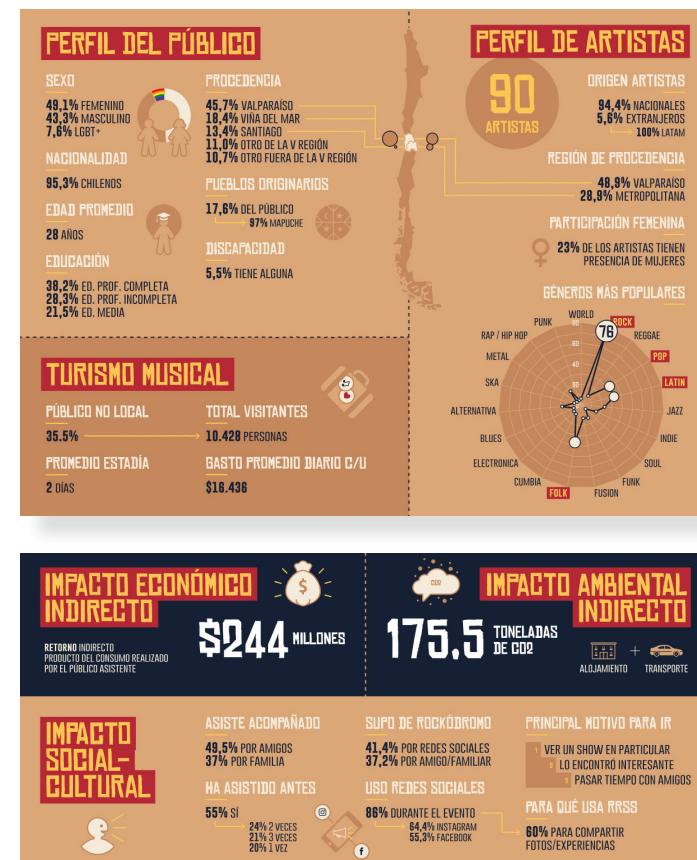
Durante el año 2019 se realizó un estudio para dar a conocer los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los distintos stakeholders asociados a la Versión 2019 del Festival Rockódromo en el parque Alejo Barrios, y considerando distintos tipos de impactos a medir tales como: social-cultural, económico y ambiental, sumado al perfil dependiendo del grupo de interés.

Impacto Social-Cultural: Destaca el perfil familiar y amistoso consolidado del evento, reflejado tanto en el público local como no local, que prefiere asistir con amistades o familia al evento. El público asistente valora la calidad técnica, selección de artistas del festival y la experiencia en general, pero solicita mayor disponibilidad de servicios básicos.

Impacto Económico Indirecto: El desplazamiento de casi 10.500 personas, por una estadia promedio de 2 días y un gasto diario cercano a los \$16.500 resulta en un impacto en la economía local de casi 245 millones de pesos, significando que por cada peso invertido en el festival, más de 1 pesos entran a la economía de Valparaíso.

Impacto Económico Directo: Se estima un impacto económico indirecto de \$200.000.000, correspondiente a los costos de realización del Festival Rockódromo.

Impacto Ambiental: Los desplazamientos de los asistentes al lugar de realización y el alojamiento de éstos se constituyen como el principal eje de impacto ambiental, con 290 toneladas de CO₂.



5. Resultados Obtenidos

PROGRAMA

Rockódromo se ha reconocido como uno de los festivales de música más importantes de la región de Valparaíso y también del país. Esto gracias a la cantidad de artistas, shows y escenarios que entregan a los públicos la posibilidad de disfrutar de artistas consagrados/as, así como conocer a nuevos/as exponentes nacionales e internacionales.

Este año, además, se realizaron tres jornadas exclusivas para la industria local y nacional. Primero están las Galas, eventos de integración y colaboración entre artistas y organizaciones de la industria. Por otro lado, charlas y encuentros de las organizaciones que han desarrollado en nuestro país la idea de ciudades musicales.

Cada una de estas instancias ha sido parte del estudio de manera directa, a través de encuestas en terreno; e indirecta, a través de datos proporcionados por la producción. Con ello se puede decir que los resultados logrados son:

ASISTENCIA TOTAL

40.000
personas

MUESTRAS

426
encuestas



DATOS GENERALES



	Dato Población Total
<i>Total Días</i>	4
<i>Total Shows</i>	61
<i>Total Otras actividades</i>	3
<i>Total Locaciones</i>	4
<i>Total Presupuesto</i>	\$447.535.935.-
<i>Total Subcontrataciones</i>	\$275.515.415.-



ROCKÓDROMO

2022



REPORTE DE IMPACTO

15 > 18 DICIEMBRE
VALPARAÍSO

ASISTENCIA TOTAL

40.000
personas



PERFIL DEL PÚBLICO

Género

49,48% FEMENINO
40,58% MASCULINO
9,94% NO BINARIO/OTRO

Edad promedio

29 AÑOS



Educación

38,2% PROF. COMPLETA
28,3% PROF. INCOMPLETA
21,5% ED. MEDIA



RRSS más utilizada

INSTAGRAM (25,1%)

Procedencia

51,0% VALPARAÍSO
18,9% VIÑA DEL MAR
7,07% QUILPUÉ
5,76% VILLA ALEMÁNA
3,4% SANTIAGO
13,87% OTRAS



Ocupación

39,9% ESTUDIANTE
32,0% EMPLEADO
13,0% FREELANCE/IND.
7,8% OTRO
7,3% EMPRENDEDOR/
O EMPRESARIO



PERFIL DE ARTISTAS

61
shows

Participación Femenina

31% DE LOS PROYECTOS
TIENEN PRESENCIA DE MUJERES

Motivación para Participar

APOYAR LA INICIATIVA PARA QUE SE SIGA REALIZANDO.

DARME A CONOCER CON NUEVOS PÚBLICOS.

POTENCIAL DE DIFUSIÓN PARA MI PROYECTO.

OPORTUNIDADES DE FORMACIÓN Y APRENDIZAJE.

UN AGENTE GESTIONÓ MI PARTICIPACIÓN.

1

2

3

4

5



ADQUIRIR
NUEVOS
CONOCIMIENTOS

es el mayor
beneficio percibido
por los artistas.

Staff de Apoyo

SONIDISTAS

1

FOTÓGRAFO/A

2

AUDIOVISUAL

3





ROCKÓDROMO

2022



REPORTE DE IMPACTO

15 > 18 DICIEMBRE
VALPARAÍSO

TURISMO MUSICAL

Total Visitantes
16.754 PERSONAS  **41,9%**

Promedio Estadía
1,2 DÍAS  **Gasto promedio diario c/u**
\$63.500



MOTIVACIONES

- Principal motivo para ir según audiencias:
- 1 PASAR EL TIEMPO CON AMIGOS.
 - 2 LO ENCONTRÉ INTERESANTE.
 - 3 QUIERO CONTRIBUIR AL ÉXITO DE LA INICIATIVA
 - 4 PARTICIPO/CONOZCO A ALGUIEN QUE PARTICIPA.
 - 5 PARTICIPAR EN UNA ACTIVIDAD EN PARTICULAR.



IMPACTO ECONÓMICO TOTAL

\$1.040
millones en impacto

\$448
millones
Impacto Directo

\$592
millones
Impacto Indirecto

2,3 coeficiente tasa de conversión

IMPACTO AMBIENTAL

231 =  alojamiento **45,4** +  transporte **185,5**
toneladas de CO₂

MAYOR
PROCEDENCIA
(REGIONES)

 **Gran Valparaíso** (principal/local)

 **Santiago** (mayor no-local)



ROCKÓDROMO

2022



REPORTE DE IMPACTO

15 > 18 DICIEMBRE
VALPARAÍSO

PERCEPCIÓN

Público muy de acuerdo con que:

- 6,3 "Me siento satisfecho/a/e con el programa de shows y actividades"
- 6,1 "Rockódromo me ha permitido conocer artistas y creadores nuevos"
- 6,9 "Creo que deben realizarse más eventos de este tipo en el sector/ciudad"
- 5,2 "Rockódromo me ha permitido conocer personas distintas a mi círculo habitual"
- 6,1 "Me siento satisfecho/a/e y cómodo con la seguridad en el evento"
- 5,7 "Me siento satisfecho/a/e con la limpieza e higiene del espacio"
- 5,9 "Considero que el espacio del evento fue cómodo"

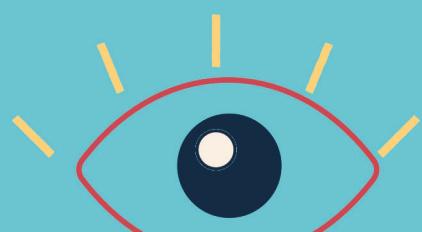


FESTIVAL

3 actividades extra



Nota por escenario



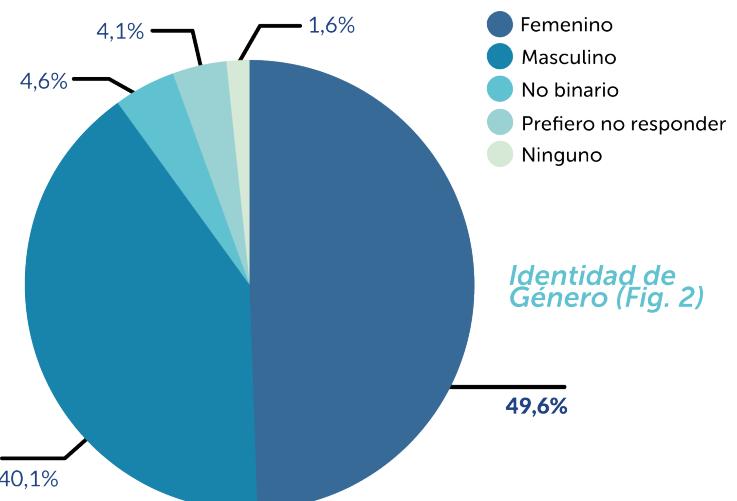
Estudio Descriptivo Públicos y Audiencias

EDAD

Las personas encuestadas respondieron que tienen una edad promedio de 29 años. Dato que se mantiene dentro de las personas con residencia en el Gran Valparaíso (para este estudio consideradas Locales). En cambio, las personas que viven fuera (No Locales) su promedio de edad baja a los 26 años.

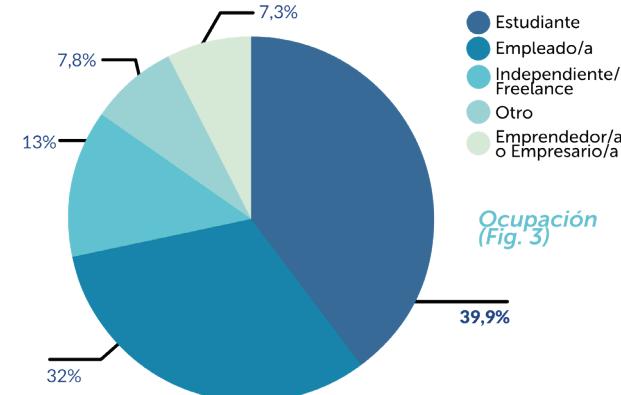
IDENTIDAD DE GÉNERO

La principal característica de género entre las personas que respondieron la encuesta es el Femenino con un 49,6%. Le siguen personas con identidad de género Masculino con un 40,1%. Se puede ver que los porcentajes se condicen con estudios demográficos en la región. Sin embargo, este estudio contempla también la diversidad de género. En este sentido, las personas con identidad No Binaria alcanzan un 4,6%. Siguiendo con esta línea, las personas que prefieren No Responder (que potencialmente se encuentran en transición o se consideran disidentes) llegan al 4,1%. Finalmente, un 1,6% de las personas no se identifican con algún género.



OCUPACIÓN

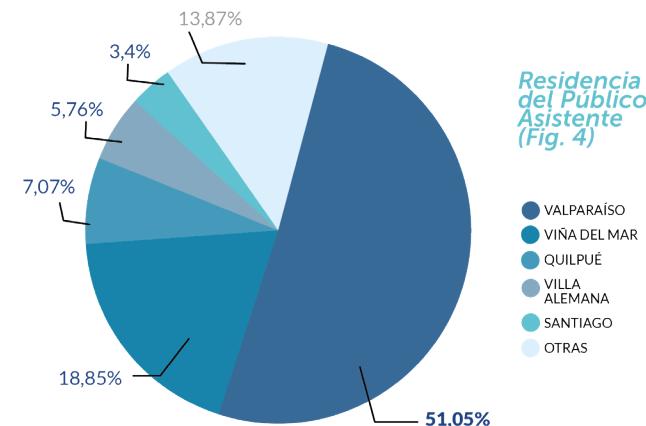
En relación a la principal ocupación que tienen las personas encuestadas, un 39,9% se consideran Estudiantes; también se puede ver que el promedio de edad es de 21 años. La siguiente ocupación seleccionada fue la de Empleado/a, alcanzando un 32%. Nuevamente se ve una tendencia etaria de 33, y también aumenta el porcentaje a 55,1% de personas con identidad de género femenino. Otro tipo de ocupación laboral son las personas Independientes o Freelance llegando a un 13%. También hay personas con emprendimientos o empresas, y suman un 7,3%. Estas personas también muestran un perfil singular, donde el 59,3% se identifican con el género masculino, y además su edad promedio llega a los 38 años. Finalmente, un 7,8% seleccionó la opción Otros.



*Ocupación
(Fig. 3)*

RESIDENCIA

En cuanto a residencia o lugar donde viven, el 51% es de la comuna de Valparaíso. Sin embargo, al considerar todas las comunas del Gran Valparaíso¹ (consideradas también como Locales) el porcentaje sube al 83%, donde Viña del Mar aparece con un 18,2%, Quilpué 7,3% y Villa Alemana 6%. Por otro lado, las personas No Locales representan un 17%, siendo la comuna de Santiago 3,3%, le siguen Quillota (1,6%), Limache (1,4%), Antofagasta (0,8%) y Algarrobo (0,5%).



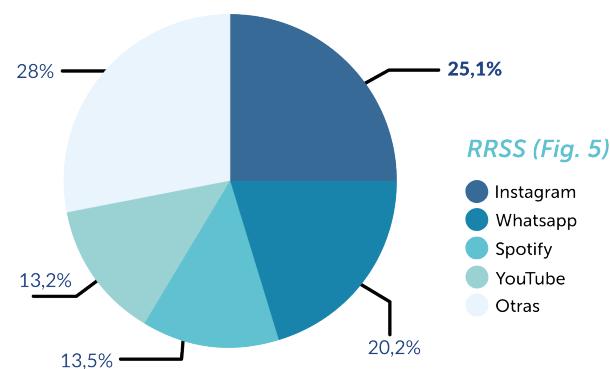
*Residencia
del Público
Asistente
(Fig. 4)*

1. Gran Valparaíso contempla las comunas de Valparaíso, Viña del Mar, Concón, Quilpué y Villa Alemana.

PREFERENCIAS RRSS

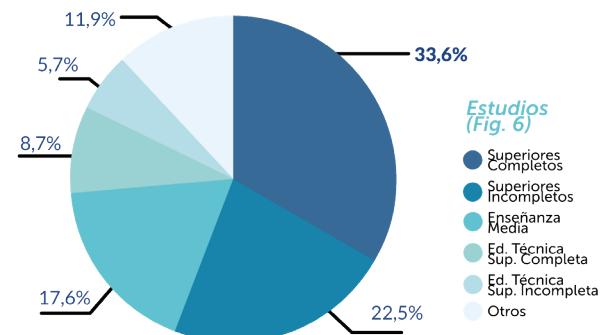
Uno de los temas relevantes de las conclusiones del estudio tiene que ver con la comunicación y difusión. En este sentido, tener presencia en Instagram está directamente relacionado con el perfil de públicos, dado que esta red social alcanza un 25,1% entre las personas encuestadas. Le siguen WhatsApp con un 20,2%.

Muy en línea con la temática del evento, la tercera red social más utilizada es Spotify (13,5%) y le sigue de cerca YouTube (13,2%). Finalmente aparecen Facebook, Tiktok y Twitter, entre otros con un 28% total.



ESTUDIOS

Finalmente, la última característica analizada son los Estudios alcanzados. Aproximadamente un tercio de las personas encuestadas mencionan tener estudios Profesional Superiores completos (33,6%), en su mayoría personas con identidad Femenina y un promedio de edad de 32 años. Le siguen personas con estudios Profesional Superiores incompletos (22,5%) y un promedio de edad 24 años. En tercer lugar aparecen personas cuyos estudios llegan a Enseñanza Media (17,6%) con 26 años de edad promedio. Finalmente, aparecen educación Técnica Superior completa (8,7%), Técnica Superior incompleta (5,7%) y Otros (11,9%).



Insights

- Al igual que otros estudios y eventos del Gran Valparaíso, Rockódromo tiene un público adulto temprano y local. Lo que abre oportunidades para llegar a nuevos públicos si se maneja la comunicación y promoción a través de Instagram que es la red social preferida, más allá de sólo subir contenido.
- Rockódromo aún es un evento que atrae público local (83%) por sobre al público turista. Por lo que se ve una oportunidad interesante de explorar comunicar en diversas ciudades y regiones, ya que también muestra un mayor aprecio del evento e impacto positivo en Valparaíso.

ARTISTAS

El estudio consideró también encuestas y entrevistas a artistas que participaron en el Festival Rockódromo 2022, entre los cuales figuran también proyectos musicales que provienen de los ciclos de formación ofrecidos por el programa Escuelas de Rock y Música Popular durante el mismo año. Se analizaron sus motivaciones, opiniones y valoraciones en diversos aspectos de la producción, organización y experiencia con el evento en general.

Se pudo obtener una muestra de 23 respuestas del cuestionario,

de un total de 61 espectáculos, por lo que sólo se hablará sobre las respuestas entregadas en la recolección de datos del presente informe de impacto.

Este año Rockódromo tuvo una propuesta artística variada tanto en estilos como en géneros. Sin duda, el estilo urbano comienza a ganar terreno entre los públicos, y el festival no se queda atrás. Así se puede ver en el siguiente gráfico, el que además considera el número de artistas que participan (fig. 1)

Proyectos Musicales Participantes (fig. 1)
(personas participantes por proyecto)



● = total integrantes del proyecto musical

● = total integrantes género femenino del proyecto musical

El promedio de artistas entre los/as encuestados/as es de 7 participantes. El mayor número de integrantes lo tiene Banda Conmoción con 21 artistas, mientras que María Compás representa a los/as solistas dentro de la muestra.

Continuando con el análisis de integrantes de proyectos musicales, lo relevante para el estudio es observar la identidad de género que tienen estas personas. Lo primero es que consulta por el número específico de artistas con identidad de género femenino y no binario de cada proyecto artístico encuestado. Las respuestas reflejan que de un total de 164 integrantes, el 31% de artistas son femeninas y un 0,09% no binario. En promedio, 2 artistas por proyecto tienen identidad de género femenino y 1 no binario (salvaguardando lo general del dato).

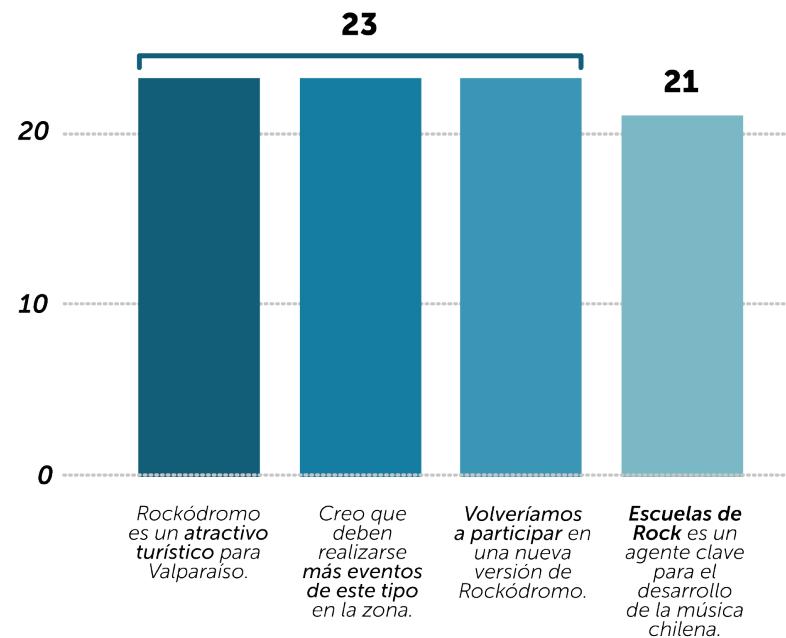
Otro aspecto interesante de observar dentro de los resultados del estudio son las principales motivaciones que tuvieron los/as artistas para participar. (fig. 2)

El gráfico muestra que las dos principales motivaciones son "Quiero apoyar la iniciativa para que se siga realizando" y "Quiero darme a conocer con nuevos públicos". Muy de cerca le sigue "Su potencial de difusión para mi proyecto artístico". Denota sin duda que Rockódromo es un evento con respaldo en la escena artística. Además, se reconoce como un punto de difusión y encuentro entre artistas y diversos públicos. Eso también se puede ver en los conceptos y áreas de impacto que genera el festival para la industria.

Principales Motivaciones para participar de Rockódromo (fig. 2)



Opiniones (fig. 3)



En primer lugar, de acuerdo al gráfico (fig. 3) se puede ver que sin duda el Festival es visto por los/as artistas encuestados/as como un faro turístico, lo que se condice con el hecho de buscar nuevos públicos. Por lo mismo, los/as mismos/as mencionan su intención de regresar de ser invitados/as. En la misma línea también se deberían realizar más eventos como éstos en la zona.

No es menor que también gran parte de las respuestas consideran a Rockódromo como un agente clave para el desarrollo de la música nacional.

Impacto económico indirecto provocado por artistas

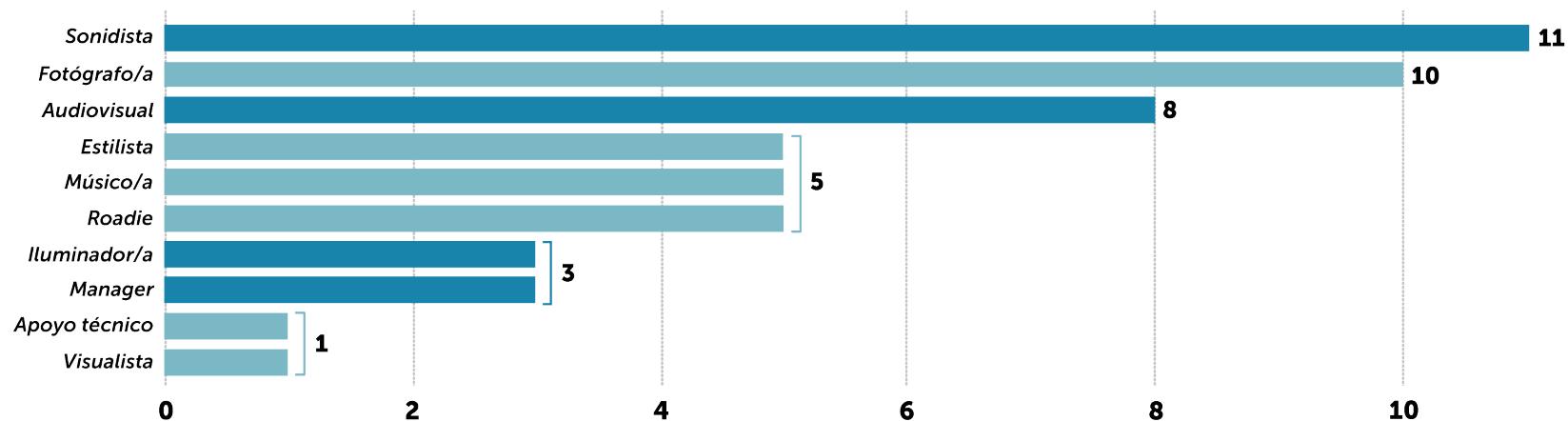
Es normal que bandas y solistas busquen constantemente el apoyo y colaboración de más artistas y profesionales de la industria creativa. De las personas encuestadas, el 80% comentó haber contado con apoyo de profesionales. El esfuerzo no es menor, en promedio fueron \$242.000.- pesos los que se desembolsaron para contratar a 53 personas.

A continuación un gráfico con las principales profesionales contratados. (fig. 4).

Es claro que los/as sonidistas siempre estarán presente en este tipo de staff. Pero también, y en coherencia con la idea de posicionarse y abrir nuevos públicos, todos los registros comienzan a tener mayor valor. Los que son normalmente utilizados para contenido web.

Otros aspectos relevantes son el apoyo en el show. Para ello, estilistas, músicos/as, roadies e iluminación también son requeridos. Ya para aquellos show que buscan innovar consideran Apoyo técnico y visual.

Staff de Apoyo (fig. 4)

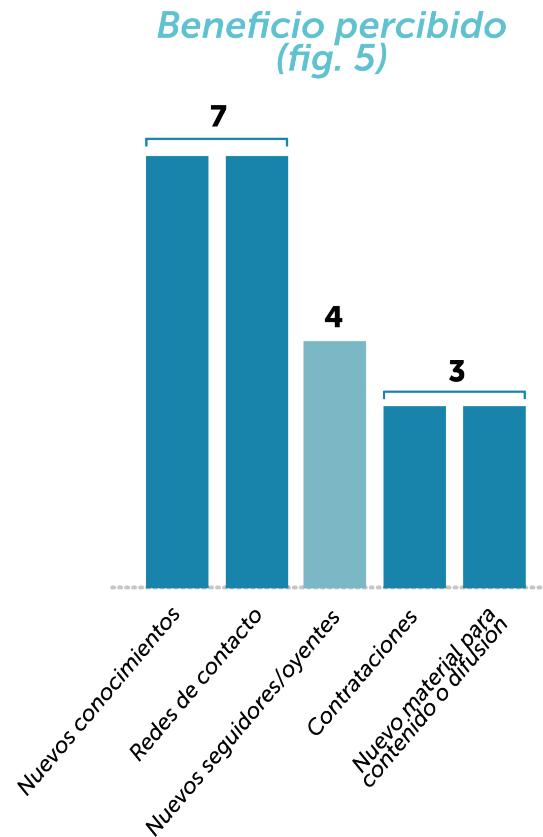


Además de la contratación de profesionales, las personas encuestadas dicen haber realizado más gastos para participar del festival. En promedio gastaron \$141.160.- pesos para gastos personales.

Finalmente, se les consultó los/as encuestados/as por la valoración monetaria que tendría este tipo de eventos (considerando las conferencias, show case y festival). El promedio supera el \$1 Mill de pesos. Para comprender este importante monto, se revisa también los beneficios cualitativos percibidos por los/as artistas. (fig. 5)

En primer lugar, tenemos un empate entre haber ganado “Nuevos conocimientos” y “Redes de contacto”. Ambos conceptos hablan directamente de los objetivos cruciales de este tipo de proyecto, tanto en los ciclos de formación del programa Escuelas de Rock y Música Popular, como en el Festival Rockódromo 2022.

El evento también se presenta como un nido de oportunidades para los asistentes con la posibilidad de contar con nuevos/as seguidores, ampliando también el material de contenido para llegar y mantenerles cerca. Y finalmente, acuerdos y contrataciones², que son el mayor respaldo para una institución para considerarse como apoyo a la industria.



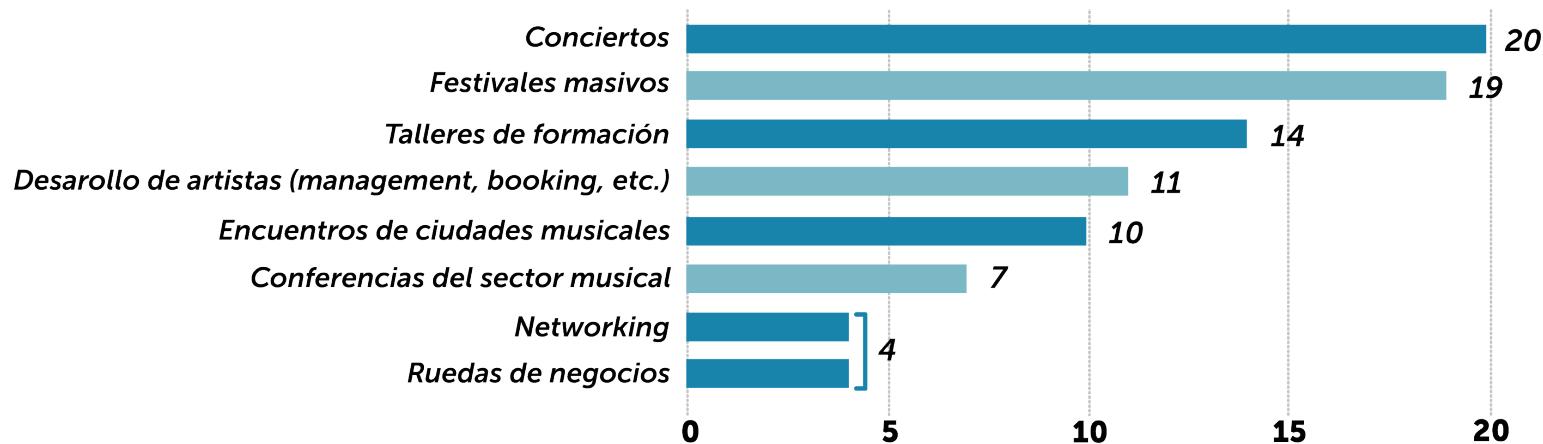
2. Coffcoff, María Compás y Feñez.

La ya mencionada Escuela de Rock, programa musical y cultural con 29 años de existencia y que hoy gestiona el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio es parte de las valoraciones y opiniones de los/as entrevistados/as dentro de esta medición de impacto.

Los primeros datos reflejados tienen relación con las Actividades asociadas al evento. (fig. 6)

Si bien el gráfico es bastante disperso, los principales conceptos asociados a Escuelas de Rock sigue siendo la transferencia de conocimientos así como la exposición de obras musicales. El sentido de negocios y colaboraciones no está aún anclado en la mente de las personas encuestadas. Esto muestra un desafío para la organización en cuanto que la marca también sea reconocida como propiciadora de colaboraciones y acuerdos comerciales.

Actividades asociadas a Escuelas de Rock (fig. 6)



Otra manera simple de evaluar el evento en general es considerando la experiencia con la producción, infraestructura y escenario. Las actividades de los encuentros y exposiciones tienen una valoración menor al 80%, promedio 5. Sin embargo, la evaluación general es más alta, alcanzando un 6,5 en una escala de 1 a 7.

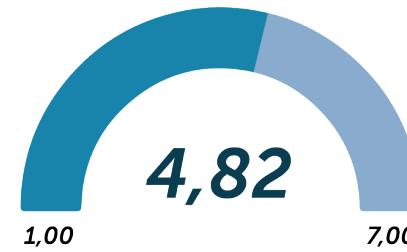
Promedio de "Gala Encuentro de Ciudades Musicales"



Promedio de "Gala Tributo a Valparaíso"



Promedio de "Rockódromo Industria"



Promedio de "Showcases"



Promedio de Asistencia y puntualidad del público



Promedio de Valoración general de tu experiencia en el evento



Por otro lado, la valoración de la producción tiene una tendencia más positiva, con un promedio de 5,9. Entre los ítems evaluados destacan la conexión con el público y la calidad del sonido con un 6,4. Tal resultado contrasta con la evaluación de Camerinos y catering, la cual tiene la nota más baja (4,95).



Un aspecto importante, y donde suele invertirse gran parte del presupuesto, es la infraestructura general.

La sensación de seguridad lidera toda valoración con un 6,6. No obstante, aún hay trabajo que hacer con respecto a Baños y sanitarios (5,4), un tema que se repite por parte del público.

Promedio de Línea editorial, curaduría y selección de artistas



Promedio de Sensación de seguridad.



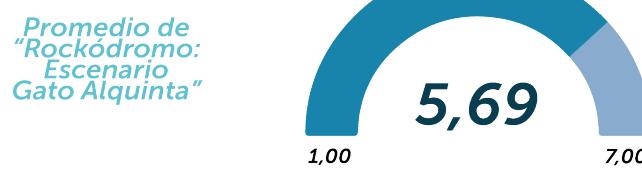
Promedio de Difusión e información disponible sobre el evento.



Promedio de Baños e higiene del espacio.



Es muy interesante en este aspecto poder ver que el escenario principal “Gato Alquinta” no es el mejor evaluado, sino el cuarto de cinco (5,69). Es Pago Grondona el que se lleva el galardón de mejor escenario con un 6,2. Ahora, cruzando la vereda, se encuentra el escenario vecino “Carmen Corena” el que obtiene la nota más baja que llega a 5,3.



*Promedio de
“Rockódromo:
Escenario
Guaguódromo”*



*Promedio de
“Rockódromo:
Escenario
Pago Grondona”*



*Promedio de
“Rockódromo:
Escenario
Winnipeg”*



Insights

- a) Las bandas y solistas hacen un esfuerzo económico importante para participar de Rockódromo, lo que se ve reflejado en gastos personales para asistir, así como la contratación de profesionales de la industria para mejorar sus shows.
- b) Esta versión de Rockódromo tuvo espacio para el desarrollo económico de la industria con encuentros y conferencias. Sin embargo, aún queda mucho por posicionar y mejorar para que éste se consolide. De igual manera, se puede mencionar que entre las personas que contestaron la encuesta se valoran y aprovechan estas oportunidades.
- c) La presencia de artistas femeninas subió a un 31% en esta versión de Rockódromo, en comparación al estudio realizado en el año 2019, el cual sólo alcanzó el 23%.

b) Estudio de Impacto Medioambiental

ALCANCE

El impacto ambiental a analizar en este estudio, corresponde a una estimación de emisiones de gases efecto invernadero (GEI), expresados en Kg. de CO₂e generados por los/as participantes del Festival en las actividades de traslados y alojamientos.

Para ello se consulta directamente a las personas las encuestas por su ciudad (comuna) de residencia, tipo de transporte utilizado, noches de alojamiento en la ciudad, tipo de alojamiento y finalmente si el Festival es el motivo principal de la actividad turística, y por lo tanto, motivo del impacto ambiental.

RESULTADOS

Los principales resultados:

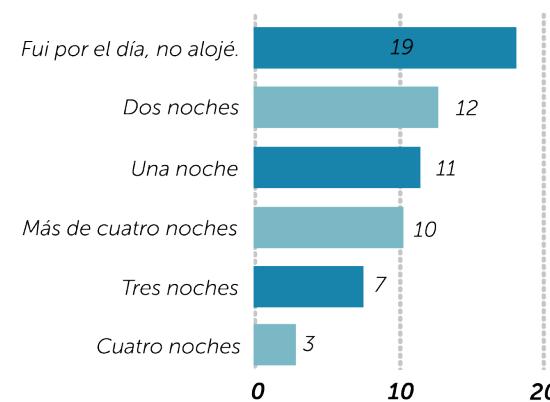
- 45,4 Ton CO₂e por concepto de alojamiento.
- 185,5 Ton CO₂e por concepto de transporte.
- 1,2 días fueron los que alojaron en promedio las personas no locales que respondieron la encuesta.
- El principal alojamiento fue Casa de amigos/as/es.
- El principal medio de transporte utilizado fue el Microbús urbano.
- La principal comuna de personas no locales fue Santiago.

ALOJAMIENTO

Uno de los servicios menos considerados pero que generan un alto nivel de CO₂e es el alojamiento. Este impacto es producido mayormente por el consumo eléctrico de Residenciales, Hostales y Hoteles. Así también se considera un/a habitante extra en casas de amigos/as/es.

Para lograr comprender el nivel de Kg de CO₂e, se debe conocer el número de noches que las personas alojaron, así como el tipo de alojamiento escogido.

Noches Alojadas en la ciudad



El 30% de las personas no locales visitó Valparaíso sólo por el día. Por lo tanto, su mayor aporte en Kg. de CO₂e será en transporte. También se puede ver que un 38% fueron visitantes por el fin de semana en que transcurrió el Festival. Finalmente, un 32% se quedaron más de 2 noches, siendo ya un tipo de turista que tiene la oportunidad de visitar más lugares en la ciudad.

El total de CO₂e generado y proyectado al público estimado asciende a 45,4 Ton..

TRANSPORTE

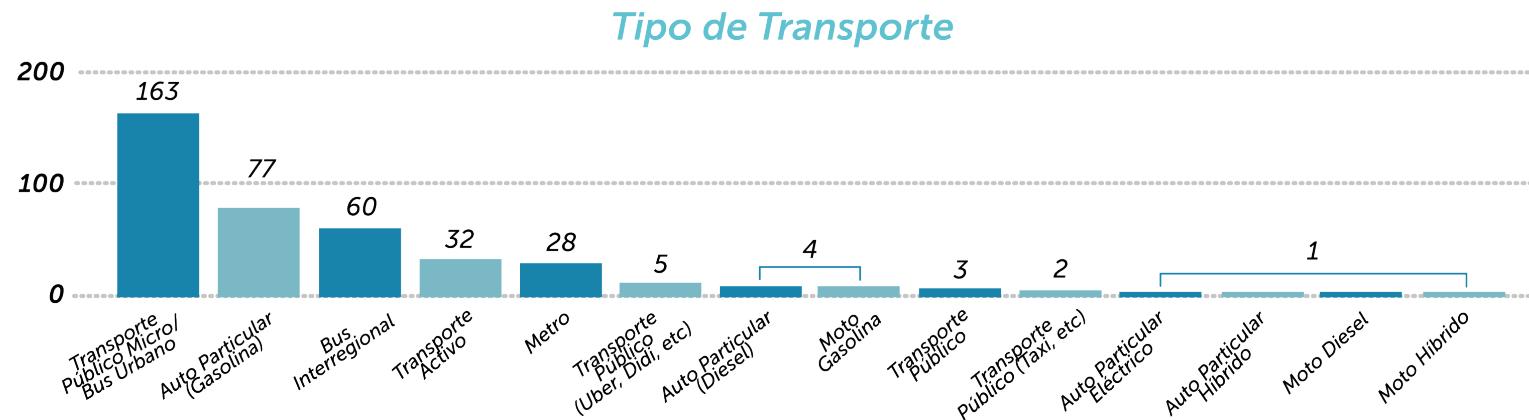
Uno de los servicios menos considerados pero que generan un alto nivel de CO₂e es el alojamiento. Este impacto es producido mayormente por el consumo eléctrico de Residenciales, Hosta-

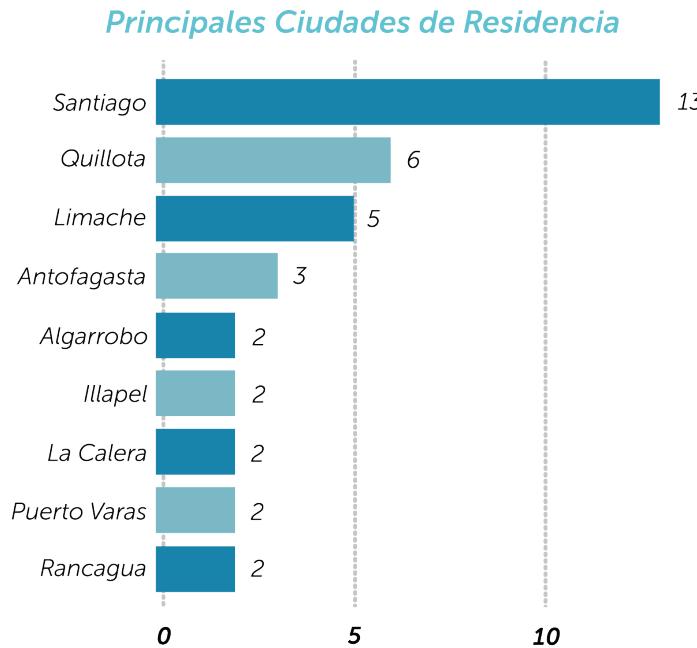
les y Hoteles. Así también se considera un/a habitante extra en casas de amigos/as/es.

Para lograr comprender el nivel de Kg de CO₂e, se debe conocer el número de noches que las personas alojaron, así como el tipo de alojamiento escogido.

El tipo de transporte preferido fue el Microbús urbano. Esto responde a todas las personas que están a una distancia que les permite este tipo de transporte. Para aquellas personas que ya se encuentran fuera de la región de Valparaíso, el transporte más utilizado fue el Bus Interregional. Interesante es que la cuarta opción fue transporte activo (caminata, bicicleta u otros). Claramente la mayoría son locales.

En relación a lo anterior, es lógico revisar también las ciudades de procedencia principales, donde residen las personas no locales.





El 21% de las personas que respondieron la encuesta dicen provenir de Santiago, representando **479 Kg CO2e**. Un 24% aproximadamente, residen en ciudades de la Región de Valparaíso (distintas al Gran Valparaíso). Finalmente, se puede ver que también personas de otras localidades más alejadas como Rancagua y Puerto Varas también llegaron a Rockódromo.

Es claro que el mayor punto de residencia es la comuna de Valparaíso con un 51%. Si sumamos al resto del Gran Valparaíso, este porcentaje sube a 84%. Estas personas también se movilizaron dentro de la ciudad para llegar al Parque Alejo Barrios, por lo que se consideran también dentro del conteo de Kg. CO2e.

Ya son conocidas las procedencias y tipo de transporte, con lo que se puede establecer la suma total de CO2e generado por los públicos. Esta suma asciende a **186 Ton de CO2e**.

Concluyendo el análisis ambiental, se puede ver que el dato de Ton CO2e de transporte adicionales a los generados por hospedaje establecen un total de **231 Ton de CO2e**.

Insights

- a) El Parque Alejo Barrios está emplazado en uno de los sectores con más residentes de la ciudad de Valparaíso, Playa Ancha. Por lo que es congruente que de aquí sean las personas que se movilizan con transporte activo. Sin embargo, también mencionaron que se debía difundir más dentro del sector.
- b) El 17% de las personas encuestadas residen fuera del Gran Valparaíso, por lo que hay una gran oportunidad de seguir creciendo en público no local. Sin embargo, esto también provocará impacto ambiental en términos de Huella de carbono.
- c) La Región de Valparaíso es una zona muy afectada por los incendios forestales. Junto a esto, las 231 Ton de CO2e que se estimaron fueron generadas por el evento, equivalen a la captación de CO2 del orden de unos 11.550 árboles en un año. Por lo tanto, tener la posibilidad de asociación con organizaciones de reforestación locales, puede no tan solo ser un aporte a la neutralidad de la huella de carbono, sino que también a recuperar la rica flora y fauna de la región.

c) Estudio de Impacto Socio/Cultural

OPINIONES

El impacto Socio/cultural es el resultado de la experiencia y valoración del público y otros stakeholders que expresan sus opiniones a través de consultas directas para conocer en un plano más profundo a las personas participantes.

EXPERIENCIAS

La experiencia es recopilada a través de preguntas de valoración objetiva sobre diversos aspectos del Festival evaluando de 1 a 7. A continuación se presentan los principales temas a tratar:

1. Valoración general: 6,22. Este promedio sube cuando se segmentan por género femenino llegando a 6,35. En cuanto a localía, las personas del Gran Valparaíso también son las que suben el promedio con un 6,33 frente a las personas No Locales que evaluaron con un 6,17.

Promedio de “Tu valoración de Rockódromo en general”



2. Programa de Actividades y Shows: **6,31.** En este caso se valoran con mayor nota que el general, y eso habla de que los show son apreciados, por lo que hay otros aspectos del festival que son necesarios mejorar. (fig. 1)

3. Se han conocido nuevos/as artistas: **6,10.** Dentro de estas características a evaluar es la que tiene menos nota de evaluación. Esto responde a los horarios y programación, sobre todo de artistas anclas. Esto también fue manifestado por emprendedores de la Feria, quienes argumentaron que si artistas más reconocidos/as tuvieran sus shows más temprano, más personas podrían llegar y potencialmente comprar en la Feria. (fig.2)

4. Deben realizarse más eventos como estos en Valparaíso: **6,89.** Sin duda esta característica es la mejor evaluada. Y es claro que ante la posibilidad de presenciar más espectáculos como los de Rockódromo, las personas se entusiasman. Acá también se puede ver el arraigo local frente a las personas foráneas quienes evaluaron con 6,81. (fig. 3)

Promedio de "Programa de Actividades y Shows en General" (Fig. 1)



Promedio de "Rockódromo te ha permitido conocer artistas y creadores nuevos" (Fig. 2)



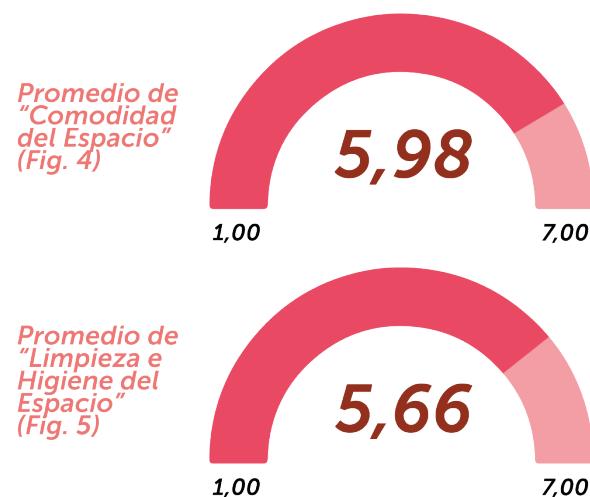
Promedio de "Deben realizarse más eventos de este tipo en Valparaíso" (Fig. 3)



Otras experiencias interesantes de evaluar tienen que ver con temas más prácticos en cuanto a la vivencia de cada persona dentro del festival.

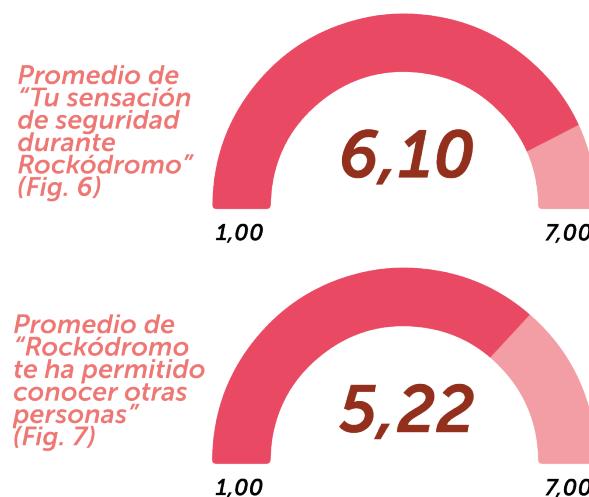
Comodidad del Espacio: **5,98.** En este aspecto, son las personas con identidad de género tradicional femenino y masculino son las que suben levemente el promedio. En comparación, las personas con identidad de género no binarias tradicionales evalúan con un 5,54. Lo mismo sucede con las personas no locales, quienes evalúan con un 5,79. En comparación los/as locales que evalúan con 6,02.

Limpieza e Higiene del espacio: **5,66.** En este caso, tanto locales como personas con identidad de géneros tradicionales son quienes suben el promedio. En contraste, las personas sin identidad de género binaria son quienes bajan el promedio, llegando a los 5,14.



Sensación de seguridad: **6,10.** La seguridad se considera desde los aspectos sanitarios, así como de seguridad física. En este sentido con las personas con identidad de género femenino quienes evalúan con menor nota (6,06). Interesante también es que para las personas no locales el promedio sube a 6,17. Aunque las diferencias son marginales y caen dentro del error porcentual.

Rockódromo te ha permitido conocer personas distintas a tu círculo habitual: **5,22.** Esta es la categoría más baja de todas las valoraciones y afirmaciones. Sin embargo, responde también a que una de las motivaciones fue “Pasar tiempo con amigos/as/es” y no necesariamente conocer nuevas personas. Por otro lado, el valor es alto si lo consideramos que aún se mantienen prevenciones sanitarias personales por la pandemia que aún no claudica.



Una tercera variante de evaluación tiene que ver con los distintos escenarios y temáticas que tratan desde una perspectiva editorial, la que apunta a un variopinto perfil de públicos. Comienza con el Rock sin duda alguna con el escenario Gato Alquinta (también escenario principal). Continúa con los escenarios alternativos y de nuevos talentos con los escenarios Carmen Corena y Payo Grondona. Luego están aquellas bandas internacionales que se proyectan en el país con el escenario Winnipeg. Finalmente, el escenario familiar Guaguódromo, donde el mundo infantil se puede expresar, y conocer la experiencia musical desde jóvenes (parte de las políticas de Formación y Desarrollo de Públicos).

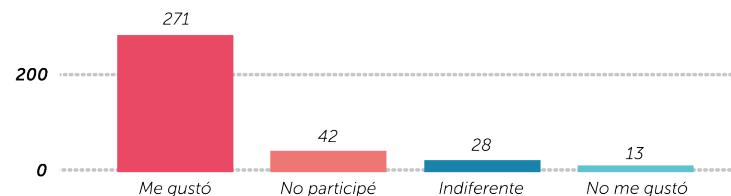
Para conocer la opinión del público encuestado, se les pidió responder por cada escenario: No me gustó, Indiferente, Me gustó y No participé para aquellas personas que disfrutaron escenarios en particular.

Desde ya se puede mencionar que en general las personas con identidad de género femenino, así como las personas locales, son las que más reaccionaron en proporción con una respuesta “No me gustó” en todos los escenarios.

Los resultados por escenario se ilustran a continuación.

1. Escenario Gato Alquinta

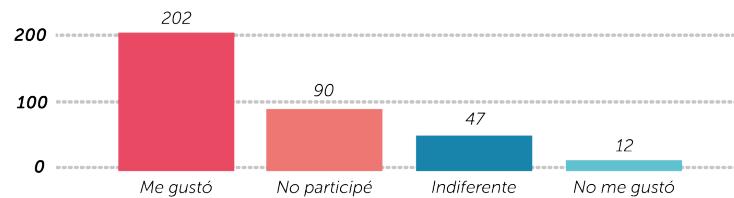
Sin duda el escenario con más respuestas, donde 271 personas mencionan que les gustó, y sólo 42 personas encuestadas no participaron de sus shows. También se puede ver que es el escenario del cual se tenían más expectativas por lo que también representó un mayor número de personas que respondieron “No me gustó”. Las respuestas se dividen en ambos días y la tendencia es hacia las 21:00 horas.



Escenario Gato Alquinta (Fig. 1)

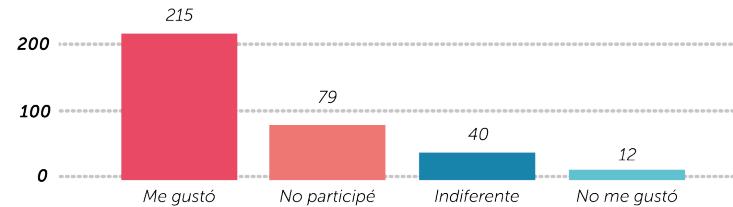
2. Escenario Carmen Corena

Otro de los escenarios relevantes para el Festival. Sin embargo, las personas mencionan que “No Participaron” en comparación con los otros dos escenarios principales. Además, parece ser que los shows para aquellas personas que sí participaron generaron indiferencia (18%)



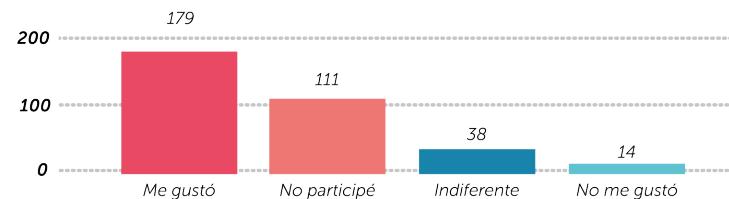
3. Escenario Payo Grondona

Es el segundo escenario con más votaciones “Me gustó”. Este escenario se caracterizó por estilos urbanos, lo que establece una tendencia interesante.



4. Escenario Winnipeg

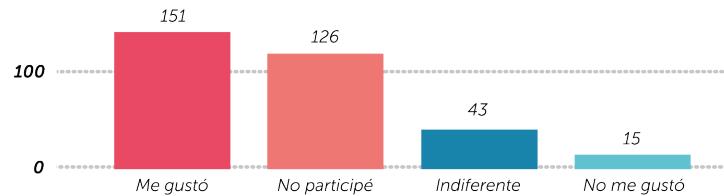
Por definición para artistas internacionales, sin embargo no exclusivo. Este escenario contó con un público entusiasta que tuvo la oportunidad de conocer a nuevos artistas.



Escenario Winnipeg (Fig. 4)

5. Guaguódromo

Fue el escenario menos visitado por las personas encuestadas, pero es necesario esclarecer que, ambos días, este escenario cerró antes que el resto y el estudio recolectó respuestas avanzada la tarde. En este sentido, es relevante mencionar que la carpeta en la cual se presentaron los shows estuvo desde un comienzo llena de personas.



Guaguódromo (Fig. 5)

VALORACIONES

Motivaciones

Para estar a tono con las políticas de formación de públicos, es que también el estudio rescata las motivaciones que tienen los públicos para participar de este Festival. En este sentido, se hace una consulta de múltiple opción, donde cada persona encuestada manifiesta los principales incentivos que puede ir desarrollando la producción.

La primera opción escogida en general se refiere a “Pasar el tiempo con amigos/as/es”. Algo que se condice con evaluaciones ya revisadas, donde las personas consideran este festival como una oportunidad para compartir. El único perfil que se desmarca de la tendencia son personas de ocupación Emprendedora, quienes responden como primera opción “...contribuir al éxito de la iniciativa...”.

¿Qué te motivó a participar de Rockódromo?



Cuantificación de Valoración

Una de las maneras prácticas que se han utilizado en las ciencias sociales para cuantificar las preferencias de las personas, además de calificar con notas, es la valoración con un precio o monto.

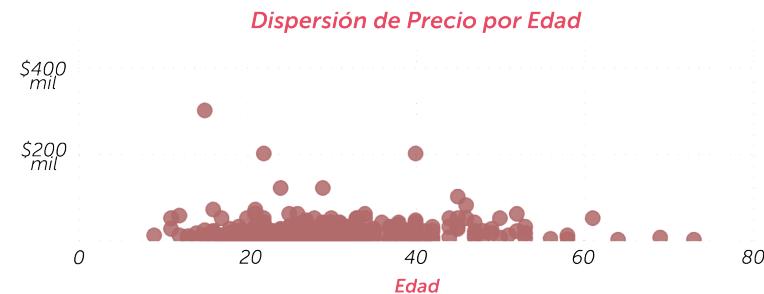
Es por ello que a las personas se les consulta por: “¿Cuál crees que sería normalmente el precio de la entrada en un evento de similares características?”. El objetivo de tal pregunta es que cada persona pueda medir la relevancia que tiene este festival con otras instancias similares que pueden encontrar en el mercado.

El monto promedio respondido fue de **\$19.684.-** Esta cifra luego es utilizada para analizar el impacto económico del evento.

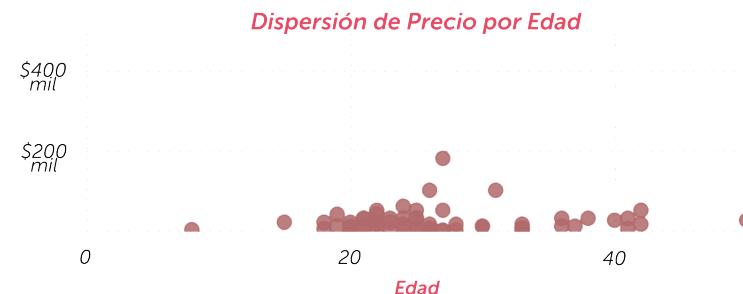
Continuando con el entendimiento del guarismo, se crea un cuadro de dispersión que ayuda a visualizar la tendencia de respuesta por perfil de público.

En primer lugar se analiza desde la perspectiva de residencia.

Locales: Promedio precio \$19.188.-

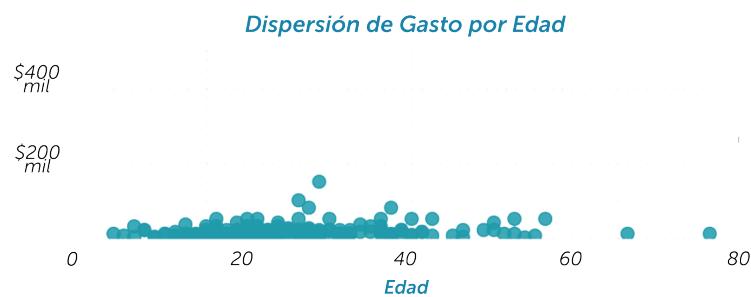


No Locales: Promedio precio \$22.144.-

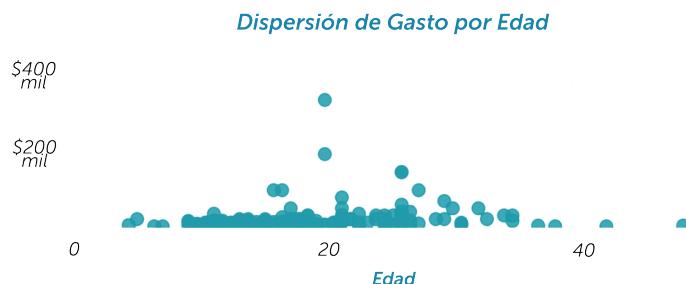


Por otro lado, se analiza el hábito de consumo de los perfiles de públicos, llegan a un gasto promedio de **\$23.886.-** Se puede observar también que las personas con identidad de género femenino tienen un consumo más moderado que el resto.

Género femenino: Promedio de gasto \$15.307.-



Otros géneros: Promedio de gasto \$32.327.-



Insights

- a)** Las personas encuestadas muestran un alto aprecio por el evento en general. Y lo demuestra además con un gusto por las actividades y programación. Sin embargo, también es importante revisar los horarios de las bandas anclas para distribuir el flujo de públicos durante el día.
- b)** La comodidad e higiene son temas a trabajar en el festival. No se percibió un tratamiento particular de residuos, como contenedores diferenciados. Sin embargo, se pudo apreciar que hubo un escuadrón constante de personas dedicadas a mantener la limpieza en el parque.
- c)** Rockódromo es un evento masivo que va cambiando el público a lo largo del día. Tanto familias como diversos perfiles de personas participaron durante las dos jornadas. Se puede destacar la participación femenina mayoritariamente y con una alta valoración del festival, pero también muestran hábito de consumo menor frente al resto.

d) Estudio de Impacto Económico

I. Impacto Económico Directo

El impacto económico directo está determinado por el presupuesto total del evento, y cómo éste impacta en la economía local a través de los gastos y costos que tiene la producción general del Festival y conferencias.

El monto total del presupuesto invertido alcanza los **\$447.535.935.-** este total se distribuye en ítems de la siguiente manera:



La gráfica muestra que la mayor inversión corresponde a los costos de Operaciones. Estos están determinados por la contratación de servicios de montajes, arriendos, transportes y servicios para los públicos.

Luego se puede ver que gran esfuerzo presupuestario lo tiene la constatación de artistas. Sin duda el ítem principal de un festival dentro de la Industria Musical.

Ya al final se encuesta la constatación de personas para la producción de Rockódromo. Sin embargo, también hay que considerar que tanto artistas y personas de operaciones no se encuentran dentro de este ítem.

Un tema relevante es considerar que para Comunicaciones sólo se gasta un 1,3%. Relevante ya que uno de los comentarios mencionados por los públicos, así como emprendedores, es que se debe hacer más difusión del Festival en la ciudad, región e Internet.

II. Impacto Económico Indirecto

El impacto económico indirecto se calcula en base a las transacciones económicas que fueron generadas a causa de que el evento se haya realizado. En este sentido se encuentra el consumo, transporte y remuneraciones de personas contratadas por artistas para bien realizar sus propios shows.

Otro aspecto importante de analizar es la valoración de los públicos respecto al Festival. Éste responde a la cuantificación a través de un precio probable de un evento de similares características (análisis hecho previamente).

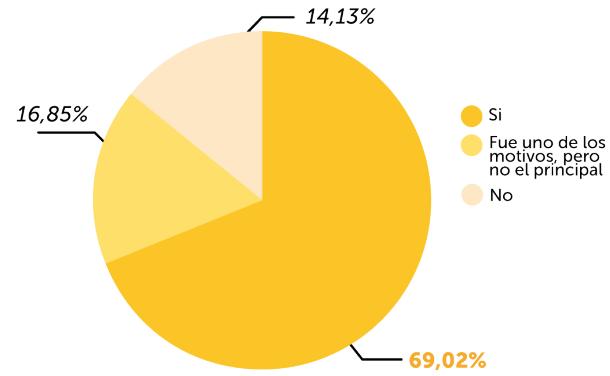
En primer lugar se analiza el último punto. Los públicos encuestados valoran un precio de entrada **\$19.783.-** donde las respuestas van desde los \$0.- a los \$300.000.-

Ahora bien, es crucial recordar que este estudio es Descriptivo, por lo que extrapolar los resultados no tiene base estadística. Sin embargo, se considera que el perfil de personas encuestadas se condice con un perfil normal de la población participante. En este sentido, si se consideran las personas únicas que asistieron, el Festival tendría un Ingreso Estimado de **\$789 millones.-** Un número interesante al revisar el presupuesto invertido dado que muestra rentabilidad positiva. (\$448 Mill)

En segundo lugar, se consideran los gastos realizados por las personas que asistieron al evento. En este particular, se hace relevante considerar también la comuna de residencia ya que discrimina a turistas de locales.

Para conocerles, las personas encuestadas respondieron si éste evento había sido el motivo principal para visitar Valparaíso.

¿Este evento fue tu principal motivación para venir a Valparaíso?

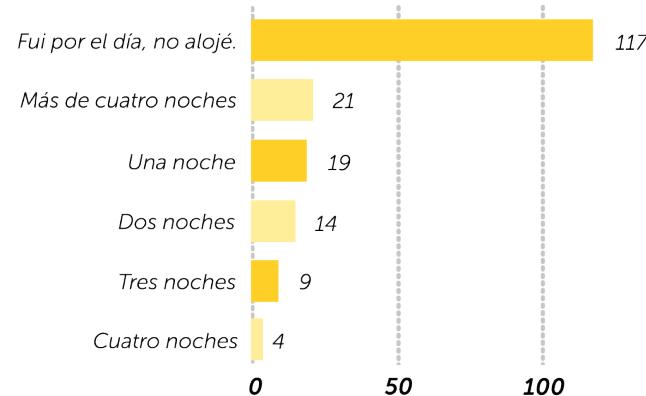


Este dato tiene relevancia dado que establece una relación directa de Rockódromo con el impacto turístico en la ciudad.

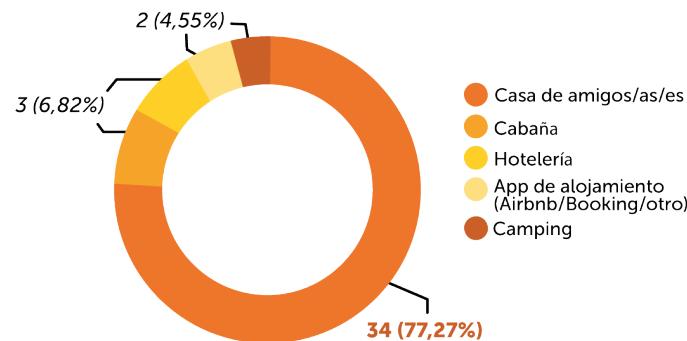
Un segundo tema a revisar es definir si este evento provoca que las personas se alojen en la ciudad, además del tipo de alojamiento. (Figs. 1 y 2)

Para comprender correctamente los gráficos, se debe tener en cuenta que esta consulta sólo fue respondida por personas con residencia distinta a la comuna de Valparaíso.

Noches Alojadas en la ciudad (Fig. 1)



Tipo de Alojamientos (Fig. 2)



Con estas consideraciones, se calcula el Impacto Económico Indirecto. Éste responde al gasto promedio por cada persona No local (residencia fuera del Gran Valparaíso) cuyo motivo para visitar Valparaíso fue Rockódromo. El resultado asciende a **\$592 millones.-**

El impacto indirecto también considera el gasto y contrataciones que realizaron las bandas y artistas que participaron en el festival, con un promedio de \$141.160.- En segundo lugar el gasto en contratación de colaboradores alcanza los \$242.000.- Finalmente, considerando los 61 shows se proyectaría un total de \$8.610.760.- y \$14.762.000.- dando un total de **\$23.372.760.-**

El número anterior junto con el impacto directo dan como resultado lo que se considera como el Impacto Económico Total que genera el festival por personas fuera del Gran Valparaíso, dando un total de **\$1.040 millones** de pesos. Finalmente, ya realizado el análisis, podemos además considerar el ingreso estimado por valoración de entrada del público general, lo que en global resulta en **\$1.546 millones** de pesos.

Para concluir el estudio económico, también se estima la relevancia de la inversión realizada frente al impacto económico que generó el evento.

El cálculo toma el Impacto Económico Indirecto Total sobre el Impacto Directo Económico Total del evento. De éste se desprende como resultado final un Ratio de Conversión de **2,3**. Este cálculo se entiende como cada peso invertido en realizar Rockódromo impacta en 2,3 pesos de beneficios económicos en la ciudad.

Un acápite al análisis, es que también se establece un Ratio Económico probable al considerar el Impacto Económico Total (\$1.546 millones), además del gasto realizado por las personas locales (\$546 millones), ya expuesto junto con las proyecciones de ingresos que potencialmente puede tener este evento evaluado en el Impacto Social (\$495 millones). Esta es una práctica normal en proyectos de negocios para establecer la potencial rentabilidad frente al mercado.

Los Ingresos Estimados por Precio resultarían en un Ratio de inversión de **5,09**.

Insights

- a)** Rockódromo es un evento producido que ha evolucionado en el tiempo y el impacto generado se cuantifica en un beneficio económico de 2,3 veces lo invertido.
- b)** El presupuesto representa un impacto directo en la industria creativa a través de la contratación de artistas, profesionales y/o servicios propios de la cadena de valor musical. Lo que se condice con Valparaíso como Ciudad Musical y Patrimonio Cultural.
- c)** Rockódromo se puede considerar como uno de los eventos porteños que generan impacto turístico positivo en el Gran Valparaíso. De igual manera, es necesario considerar difundir y comunicar más dentro de la comunidad local y turística.

6. Anexos

Registro visual del público y locaciones.



Entrada Festival Rockódromo. 17 de diciembre, 15:00.
Parque Alejo Barrios, Valparaíso.



Escenario Guaguódromo. 17 de diciembre, 15:15.
Parque Alejo Barrios.



Escenario Winnipeg. 17 de diciembre, 15:20.
Parque Alejo Barrios.



Escenario Gato Alquinta. 17 de diciembre, 15:30.
Parque Alejo Barrios.



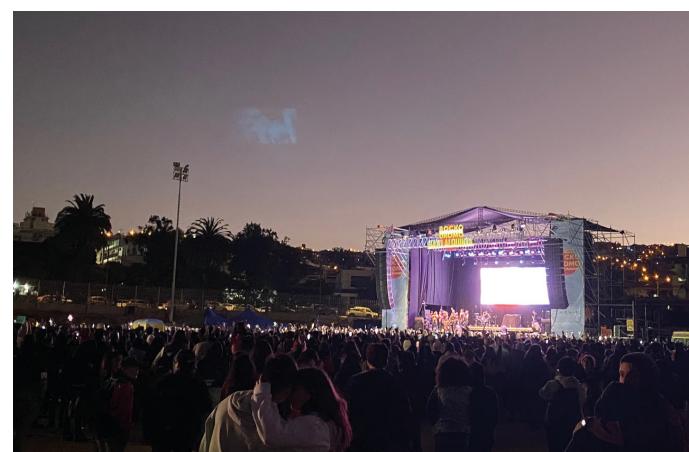
Escenario Payo Grondona. 17 de diciembre, 15:35.
Parque Alejo Barrios.



Sector Foodtruck, 17 de diciembre, 21:42,
Parque Alejo Barrios.



Sector Foodtruck, 17 de diciembre, 21:42,
Parque Alejo Barrios.



Escenario Gato Alquinta. 17 de diciembre, 21:40,
Parque Alejo Barrios. 15.000 personas aproximadamente.



Escenario Payo Grondona. 18 de diciembre, 18:50.
Parque Alejo Barrios.



Escenario Payo Grondona. 18 de diciembre, 21:57.
Parque Alejo Barrios.



Escenario Gato Alquinta. 18 de diciembre, 22:05.
Parque Alejo Barrios.



Equipo de trabajo en terreno:
Evento Medido.

www.cultura.gob.cl
www.escuelasderock.cultura.gob.cl



Rockódromo 2022

INFORME DE IMPACTO

Festival Rockódromo
Realizado en Valparaíso,
15 al 18 de diciembre del 2022

