

LA NACION > Espectáculos > Música

El Cosquín Rock generó alrededor de \$1.500 millones entre la inversión de los shows y los gastos del público

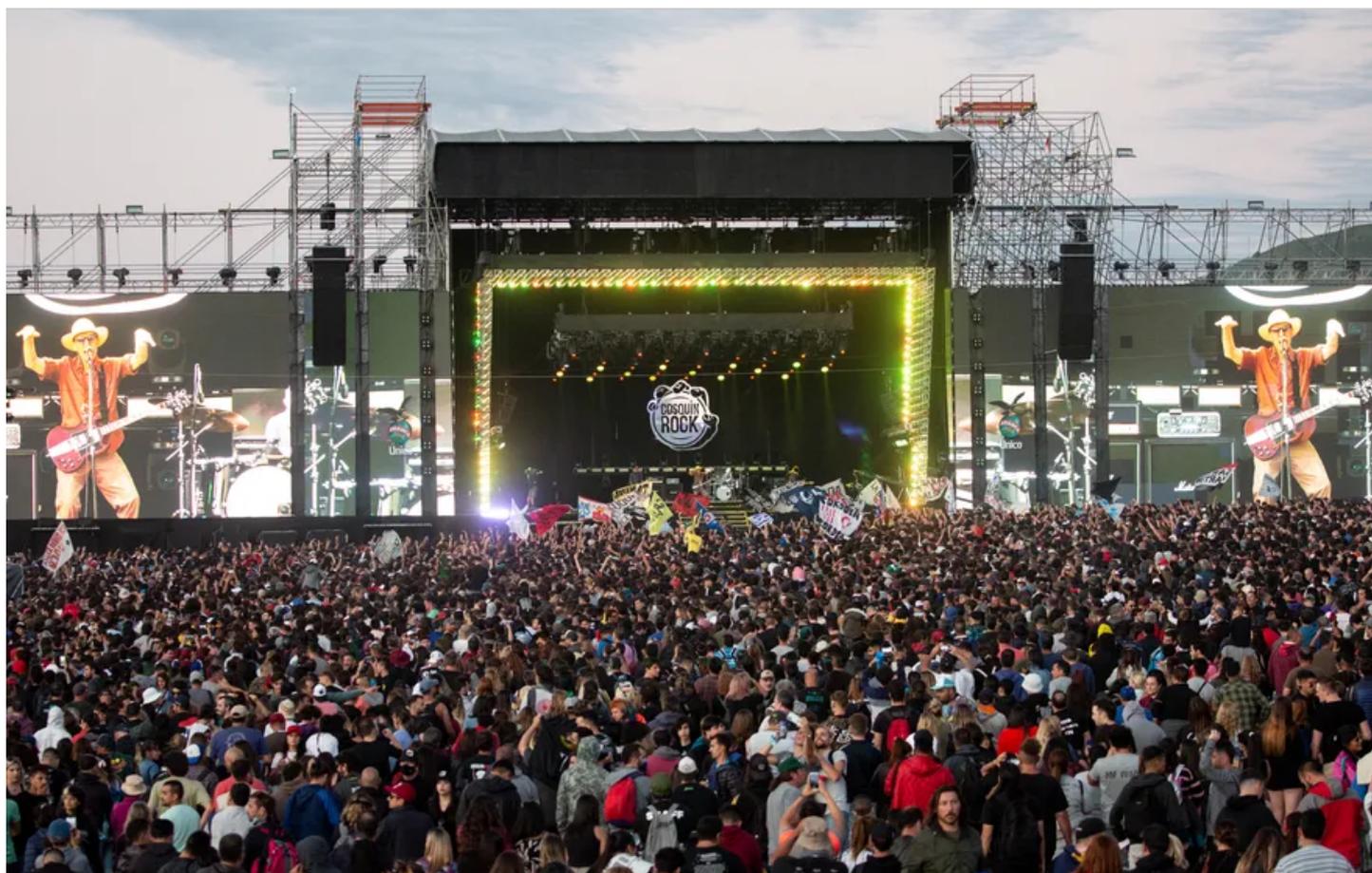
Por primera vez, el festival cordobés que finalizó el domingo pasado midió su impacto económico y también social; generó 5.630 empleos directos

16 de febrero de 2022 • 16:21



Gabriela Origlia

PARA LA NACION



El Cosquín Rock decidió medir por primera vez su impacto económico y social
Ignacio Arnedo



Home



Secciones



Club LA NACION



Mi Cuenta

CORDOBA.- Por primera vez en sus 21 años de historia, **el Cosquín Rock midió el impacto económico y sociocultural que provocó la edición que terminó el domingo**: movilizó recursos por **\$1.415 millones**, contando la **inversión de la organización más el gasto de los asistentes** en las **diferentes categorías que van desde el transporte y el alojamiento a la gastronomía**. El monto sirve también como base para dar una idea de lo que representan estos festivales de música. El próximo fin de semana llegará el turno del Baradero Rock, en la provincia de Buenos Aires.

El **Cosquín Rock** -como todos los festivales- forma parte de la denominada **“economía naranja”**, aquella que gira en torno a la creatividad y la cultura. **“Tiene un impacto sociocultural positivo para la Comuna en la que se desarrolla, pero también genera un impacto económico notable como consecuencia de la movilidad y presencia de la gran cantidad de asistentes”**, señala el informe.



Home



Secciones



Club LA NACION



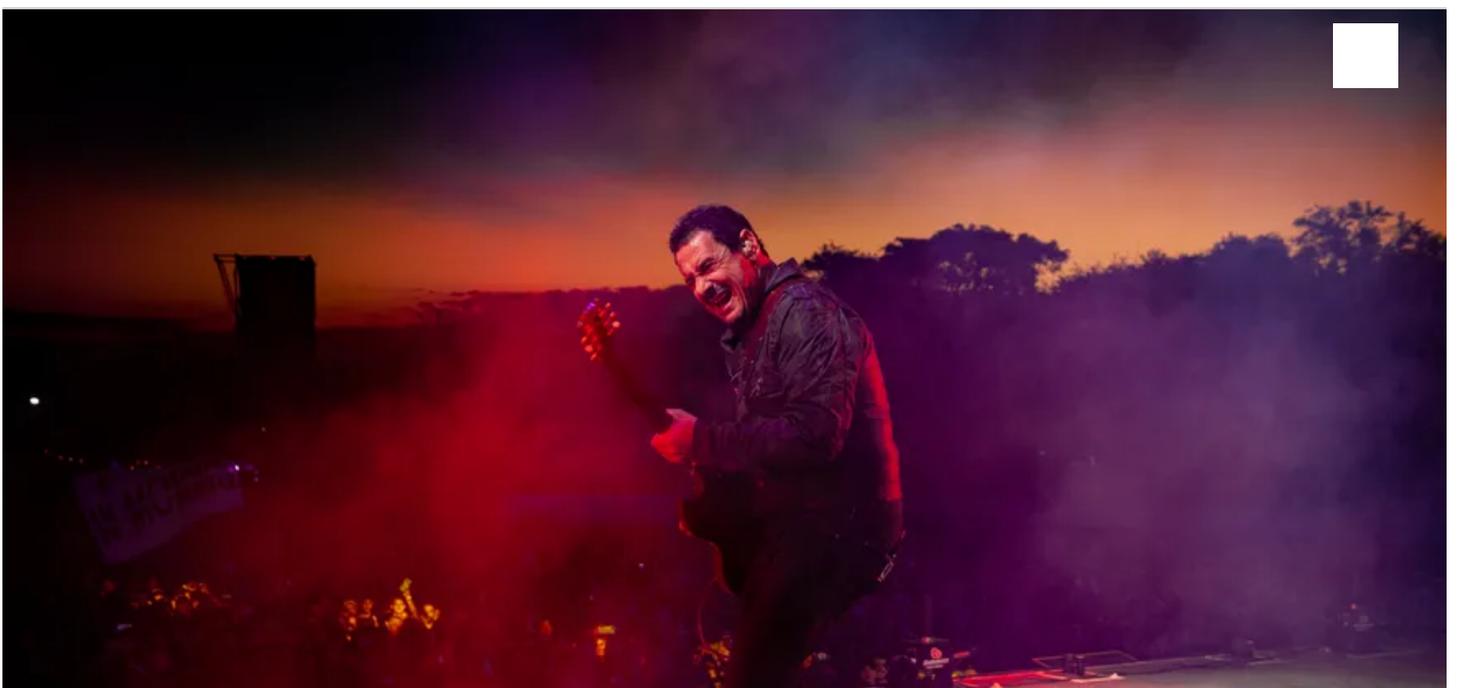
Mi Cuenta

El Cosquín Rock, en números

La medición fue realizada por el área de **Investigación y Extensión del Instituto Cultura Contemporánea** en base a un estudio diseñado metodológicamente por Mariana González, profesora asociada de Estadística e investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Trabajaron **15 pasantes rentados que realizaron 400 encuestas**. Luca Miani lideró la investigación y el reporte fue curado por Rodrigo Rojas.

Esta edición del Cosquín Rock creó **5.630 empleos directos**; a esa cifra deben anexarse los emprendedores e independientes, así como otros agentes indirectos, con el consecuente impacto en los servicios y comercios de la región. Una estimación general supera las **10.000 personas con actividad**.

Actuaron **154 propuestas artísticas** en nueve escenarios, lo que supone unas **450 personas por fecha, 900 personas para el total del festival**. En cuanto a los asistentes, 40% dijeron ser estudiantes universitarios y el 30% trabajar y estudiar. **Siete de cada diez personas que fueron no tienen hijos**.



Home



Secciones



Club LA NACION



Mi Cuenta



Ricardo Mollo durante el show de Divididos
IGNACIO ARNEDO

Un dato interesante es que **el 59,7% asistió por primera vez este año al festival**; la mitad (50,7%) abono, lo que explica una **importante inversión en turismo**. Siete de cada diez afirmaron haber ido **por la experiencia en sí**, independientemente de la grilla; el 30% eligió ir a ver un determinado artista.

El 85% señaló que **no incidía la identidad de género de los artistas** en la elección de una agrupación o escenario y el 68% se planteó conocer artistas nuevos durante el festival.

La estimación es que cerca del 55% de los asistentes llegaron desde otras provincias. **Buenos Aires** es el principal origen. De ese grupo, 39% compró las entradas por internet; **64,2% pernoctó una o más noches** para poder asistir a los shows y 37,3% usó el micro para llegar.



Home



Secciones



Club LA NACION



Mi Cuenta



Miranda! durante su show del domingo

AGUSTIN DUSSERRE

Del resto de los que vinieron de otros distritos, 47% se quedó dos noches y 27%, tres. El 36,6% eligió cabañas y pagaron unos \$5000 de alojamiento, por lo que se calcula que **sólo en hotelería hubo un gasto de unos \$107 millones.**

Los encargados del estudio comentan que fueron muchos los que les indicaron que **usaron sus ahorros para llegar al festival** y que tomaron la oportunidad para vacacionar en Córdoba.

“El modelo Cosquín Rock es un festival que, por sus características, **es un modelo exportable.** El rock en el mundo es una música de nicho, no es la música popular de los ‘90 en la Argentina; pero **la combinación de distintos estilos musicales funciona muy bien, es una experiencia que convoca gente**”, dijo **José Palazzo** a **LA NACION** a fines del año pasado. El festival llega a México, **Colombia, Paraguay, Uruguay, Perú, Chile, Bolivia, Estados Unidos y España.**

Por [Gabriela Origlia](#)

Seguí leyendo

[James Blunt. La extraña confesión del cantante sobre You're Beautiful: ¿De qué habla realmente la canción?](#)

[En el Movistar Arena. Liam Gallagher regresa a la Argentina: todo sobre su esperado nuevo show](#)

[Cómo lo vivió su gente. El emotivo debut de La Mona Jiménez en Cosquín Rock: “Nos hace transpirar tristezas”](#)

Temas



Home



Secciones



Club LA NACION



Mi Cuenta