

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Facultad de Ciencias Económicas



Impacto Socioeconómico de

los Eventos Culturales

Caso Ciudad de Azul, Argentina

Por Romina Vazzano

Tesis para obtener el título de Licenciada en Turismo.

Director de tesis: Eduardo A. Díaz

Febrero 2011

Azul, Buenos Aires, Argentina.

AGRADECIMIENTOS

En estas líneas quisiera agradecer a todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado con la realización del presente trabajo.

En especial a mis Padres Juan Carlos y Marta, y a mis hermanas Florencia y Julieta, por su apoyo, comprensión y confianza incondicional.

A Eduardo A. Díaz, mi Director de Tesis, por su orientación, seguimiento, aportes, comentarios y sugerencias.

A los organizadores de los distintos eventos que me concedieron una entrevista y me brindaron la información que necesitaba para que este trabajo fuera posible, y además, por autorizarme hacer encuestas durante los eventos con libre acceso a los mismos.

Finalmente, a la Universidad Nacional de La Plata, y a todos los docentes y compañeros de mi carrera.

A todos ellos, muchas gracias.

ÍNDICE

Resumen.....	4
Capítulo 1: Introducción	
1 - Problemática a investigar.....	5
2 - Fundamentación y Antecedentes.....	6
Capítulo 2: Marco conceptual	
1 - Turismo Cultural	7
2 - Las Fiestas, Festivales y demás Eventos Especiales.....	10
3 - Los Eventos Especiales y su repercusión en la economía y la sociedad.....	15
Capítulo 3: Metodología.....	18
Capítulo 4: Resultados	
1 - Los Eventos Especiales en la Ciudad de Azul, Pcia. Bs.As.	25
2 - Efectos Directos e Indirectos de los eventos estudiados	
2.1- Fiesta Provincial de la Vaca.....	26
2.2- Encuentro Internacional de Teatro Otoño Azul.....	29
2.3- Encuentro Mototurístico de Semana Santa.....	33
2.4- Fiesta Nacional de la Miel.....	36
3 - Efectos Inducidos	
3.1- Efectos Inducidos sobre la producción y el empleo.....	40
3.2- Otros Efectos Inducidos.....	41
3.2.1-Resultados de la Encuesta realizada a los Residentes durante los eventos estudiados.....	42
3.2.2- Resultados de la Encuesta realizada a los Residentes de la Ciudad de Azul.....	46
4 – Cálculo Efecto Multiplicador.....	48
Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones	
1 - Conclusiones	49
2 - Recomendaciones	54
Bibliografía	56

ANEXOS

- Versión resumida en papel
- Versión extendida en formato digital

RESUMEN

Los Festivales, Fiestas y demás Eventos Especiales, además de tener una importante trascendencia cultural, contribuyen de manera directa a las economías locales. Esto se debe a que generalmente, los elementos propios u objeto de estas prácticas se entremezclan con actividades asociadas, como por ejemplo presentaciones, exposiciones, concursos, bailes, festivales gastronómicos, venta de artesanías, reinados de belleza, juegos pirotécnicos, cabalgatas, etc. Además, en muchos casos, se constituyen como fuertes atractivos para el turismo cultural. Por tales razones, los Festivales, Fiestas y demás Eventos Especiales son materia de interés para la cultura, el turismo y la economía.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad estudiar y analizar las repercusiones socioeconómicas que se generan en las ciudades como consecuencia de la realización de Eventos Culturales¹. Para ello se tomó como caso de estudio a la ciudad de Azul, localizada en el centro de la Provincia de Buenos Aires, en Argentina. Se planteó como objetivo determinar el impacto socioeconómico producido por los eventos que se realizan en dicha ciudad, para así poder constatar la afirmación que los Eventos Culturales que se desarrollan traen aparejados beneficios económicos y sociales en las ciudades en los que tienen lugar.

El primer paso fue recopilar material, bibliografía y trabajos de investigación afines a la presente investigación. En base a esta información, se estableció que metodología era la más adecuada para poder cumplir con los requerimientos de dicho estudio. La metodología elegida demandó un importante trabajo de campo, conformado por un gran número de encuestas y entrevistas, dirigidas a los sujetos que participan directa e indirectamente en este tipo de actividad, los organizadores o productores y los concurrentes o demandantes.

Una vez recopilados y procesados los datos obtenidos, se procedió a determinar los resultados, los cuales dejaron en evidencia que efectivamente los Eventos Culturales generan beneficios socioeconómicos en las ciudades en los que se desarrollan.

¹ En el presente trabajo de investigación para referirse a los Festivales, Fiestas y demás Eventos Especiales se lo hará como “Evento Cultural”, debido a su fuerte vinculación con la cultura, como se expondrá en el Capítulo II: Marco Conceptual.

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1 - Problemática a abordar

El tema que se abordará en este trabajo de investigación científico es el estudio del impacto que se genera en la economía y la población local de las ciudades como consecuencia de la organización de Eventos Culturales.

Como respuesta a este interrogante se estableció a modo de Hipótesis, que la realización de los mismos genera beneficios económicos y sociales en las ciudades en los que tienen lugar.

Para poder demostrar tal afirmación, se tomó como estudio de caso la ciudad de Azul, que se encuentra localizada en la Provincia de Buenos Aires, en Argentina. En la misma se llevan a cabo diferentes eventos a lo largo del año, de los cuales se tomaron como muestra para su investigación: La Fiesta Provincial de la Vaca, El Encuentro MotoTurístico de Semana Santa, El Encuentro Internacional de Teatro “Otoño Azul”, y La Fiesta Nacional de la Miel o “Expomiel”.

Como es necesario en todo trabajo científico, se ha plasmado un objetivo general, que en este caso es investigar cuales son los efectos que se producen en la economía y en la sociedad de la ciudad de Azul, por la realización de Eventos Culturales. De este parten una serie de objetivos específicos que se detallan a continuación.

- Exponer la oferta de Eventos Culturales que se desarrollan en la Ciudad de Azul, los cuales constituyen un Patrimonio Intangible para la misma.
- Indagar sobre los Costos en los que deben incurrir los organizadores de los Eventos Culturales para llevar a cabo los mismos.
- Indagar sobre los gastos que efectúan los Espectadores y Participantes no residentes durante los Eventos Culturales.
- Investigar si arriban visitantes a la ciudad, y en qué cantidad, como consecuencia de la realización de estos Eventos Culturales.
- Indagar si se generan ingresos por los Eventos Culturales y estimar los mismos.
- Analizar la percepción y opinión de la población local sobre los Eventos Culturales y el uso de los Recursos Patrimoniales en los mismos.
- Indagar si se hace un adecuado uso de los Recursos Patrimoniales de la Ciudad que son escenarios de los Eventos Culturales.

2 - Fundamentación y antecedentes

El fundamento de la investigación, es que esta permitirá dar a conocer a las Administraciones locales, entidades privadas organizadoras de eventos y a la sociedad en general, cuál es la contribución en la economía, y la repercusión en la comunidad local, como resultado de la organización de eventos culturales por parte del sector privado con el apoyo del sector público. Así como también, proponerles una metodología para evaluar este tipo de acciones.

Además, con los resultados expuestos por el estudio, se podrá tomar conocimiento sobre si es viable seguir realizando estos eventos con periodicidad, si deben perfeccionarse, si vienen visitantes y en qué cantidad, si se está superando la capacidad de carga del destino, y si se producen efectos negativos.

Cabe mencionar que hasta el momento no se ha realizado ninguna investigación de este tipo en la ciudad de Azul, no siendo así en otros lugares. Como antecedente histórico se puede citar la investigación elaborada por analistas económicos de Andalucía del Grupo Unicaja, sobre el impacto socioeconómico de la Semana Santa de Córdoba (2009), los trabajos de José Francisco Perles Ribes sobre el análisis del impacto económico de eventos aplicado a fiestas populares de proyección turística (2006), y de Ramírez Hurtado, José Manuel sobre la evaluación del impacto económico y social de la celebración de grandes eventos deportivos en Sevilla (2006), también los trabajos de Devesa et al. (2002) y Capaul (1986) sobre los festivales de cine de Valladolid y San Sebastián respectivamente; los trabajos de O'Hagan (1989) y del Scottish Tourist Board (1996) sobre el festival de Opera de Wexford (Irlanda) y los festivales de Edimburgo, respectivamente. El estudio de Van Puffelen (1986) sobre el impacto económico del sector cultural en la ciudad de Amsterdam y el de Stanley et al. (1998) sobre las repercusiones económicas de dos exposiciones temporales sobre Renoir y Barnes en Canadá. Más recientemente, se pueden señalar los estudios que, desde 1999, realiza el Museo Guggenheim de Bilbao (2003) sobre su impacto en la economía del País Vasco. Entre los estudios pioneros en esta materia debe destacarse el estudio del National Endowment for the Arts (1977) sobre el impacto de la vida artística en la ciudad de Baltimore (EEUU) y el estudio realizado por el Port Authority of New York and New Jersey (1983) sobre la importancia económica del sector cultural en el área metropolitana de Nueva York y Nueva Jersey.

CAPÍTULO 2: MARCO CONCEPTUAL

1 - Turismo Cultural

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), *“el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”*.

“Efectivamente, desde los orígenes del hombre, éste se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes emplazamientos por distintas razones: caza, religión, comercio, guerras, ocio, etc. Así, los romanos viajaban a sus villas de verano para descansar y escapar del bullicio de las ciudades. En la época de la Ilustración, las clases acomodadas realizaban viajes por motivos culturales conocidos con el nombre de Grand Tour. Sin embargo, no ha sido hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo surge como un fenómeno de masas”.² Después de la Segunda Guerra Mundial, en los años cincuenta, un mayor porcentaje de la población pudo acceder a realizar viajes internacionales. Esto se debió a diferentes factores, como por ejemplo, la aparición del avión comercial, el bajo precio del petróleo, la mayor renta disponible de las familias, la aparición de vacaciones pagadas y el aumento del tiempo libre del que dispone la población en los países industrializados. Otros factores determinantes fueron, el desarrollo de las comunicaciones y de los medios de transporte, que permitieron ampliar las posibilidades de llegar a nuevas y más lejanas regiones de acogida o destinos turísticos. Otro factor que influyó considerablemente fue el progresivo crecimiento de las relaciones comerciales entre los distintos mercados mundiales, ya que se generó un incremento de los desplazamientos, con motivo de negocios o estudios profesionales. Todo ello favoreció el desarrollo de una oferta estandarizada, basada en paquetes turísticos que permiten gestionar la demanda de un elevado número de turistas conforme a sus intereses y necesidades.

En las últimas décadas el mercado turístico ha ido evolucionando, como consecuencia de que el modelo tradicional de desarrollo turístico basado en un turismo masificado, con una demanda homogénea y oferta estandarizada, comienza a saturarse. Los máximos exponentes de este modelo turístico son el Turismo de Sol y Playa, y los viajes a las Grandes Ciudades.

² Sancho Amparo. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid, España. OMT

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

El nuevo escenario caracterizado por ser más dinámico y competitivo, obliga al sector turístico a buscar alternativas para atender a una demanda cada vez más exigente, segmentada y cambiante. Estos cambios en la demanda son producto de: el incremento generalizado de la esperanza de vida, el tiempo para vacaciones y el nivel económico del primer mundo; las mejores condiciones de movilidad y transporte; la oferta de nuevos destinos con costes locales más bajos; el gran aumento del nivel de información disponible gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación; entre otras cosas. En este contexto, la oferta empieza a diversificarse y especializarse, apareciendo las nuevas formas de hacer turismo que hoy conocemos.³

El Turismo Cultural, con sus múltiples manifestaciones, es un claro ejemplo de esta diversificación. En Opinión de Bonet (2005) determinar qué se incluye dentro de la práctica de Turismo Cultural, va a depender del significado de cultura que se adopte. Si se considera el término cultura en un sentido estricto, deberíamos referirnos solamente a la oferta y demanda de servicios patrimoniales vinculados a visitas a museos, monumentos, edificios históricos, excavaciones arqueológicas y parques naturales. De hecho una de las primeras definiciones de turismo cultural dada en 1976 corresponde a ICOMOS que lo definía como *“la forma de turismo cuyo objeto es el descubrimiento de monumentos y sitios”*.

Más adelante, La Organización mundial de turismo (OMT), en 1985, definió al turismo cultural como *“todos los movimientos de personas para satisfacer la humana necesidad de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros”*. Esta definición, de carácter más general permite pensar en el término cultura en un sentido más amplio, donde se incluye el interés en los objetos y estilos de vida de otros pueblos y por tanto todo lo relacionado con el lugar y su herencia. De esta forma, el turismo cultural abarcaría la participación en cualquier manifestación de una tradición cultural, como celebraciones folklóricas o fiestas locales, ferias de arte, artesanía, grabaciones o discos, junto con festivales de cine, teatro, baile u ópera, así como un amplio espectro de programaciones regulares de exhibiciones y actuaciones. En este sentido, como expone la OMT, *“el turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter”*.⁴

³ Lluís Bonet i Agustí. *“Turismo Cultural: una reflexión desde la ciencia económica”*. [En línea]. Comunicación cedida al portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Sección Análisis Sectoriales: Estudio sobre “Turismo y Cultura”. Publicación Junio de 2003. <<http://www.gestioncultural.org>>. [Consulta 04 de Septiembre de 2008].

⁴ Organización Mundial del Turismo. (2002). *Turismo Panorama 2020*. Madrid, España. OMT

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

El Plan Federal de Turismo Estratégico 2016, elaborado por la SECTUR, se refieren a esta forma de turismo como *“aquella modalidad de turismo que tiene como motivación la contemplación y/o participación en forma activa de las manifestaciones culturales de los pueblos a través de un contacto directo con sus costumbres, su folklore, su arte, su ideología, su lengua, su modo de ver el mundo y su desarrollo”*.

Richard y Bonnick (1995), en sintonía con la definición utilizada por la European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS), exponen que *“el turismo cultural es el movimiento temporal de personas hacia lugares de atracción cultural fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de obtener nueva información y experiencias con qué satisfacer sus necesidades culturales”*.

Un paso más sobre la definición de ATLAS la proporciona GEATTE (Grupement d'étude et d'assistance pour l'aménagement du territoire le tourisme et l'environnement) al proponer como definición que *“Para hablar de turismo cultural es necesario que al desplazamiento turístico se añadan tres condiciones, el deseo de cultivarse, comprender y conocer los objetos, las obras y los hombres; el consumo de una prestación de tipo cultural (monumento, obra de arte o espectáculo, etc. y la intervención de un mediador, persona, documento escrito, o material audiovisual , que ponen en valor o generan un producto cultural”*.

Todas estas definiciones evidencian que el concepto de turismo cultural ha dejado de referirse solamente al Turismo monumental, y se han ido incorporando dos nuevas ideas. Por un lado, la ampliación del conjunto de elementos que lo forman, perdiendo su carácter monumental; y la otra idea hace referencia a la postura adoptada por el turista, que deja de ser un mero curioso, y desarrolla un proceso de búsqueda y ampliación de su conocimiento, pasando de ser un espectador pasivo de la cultura a un agente activo, que reclama experiencias culturales más amplias.⁵

⁵ L. Palma Martos, M.L Palma Martos, A. García Sánchez, G. Franco Casillas. (2005). *“Propuesta metodológica para la evaluación del impacto económico de las Fiestas de Primavera en la ciudad de Sevilla”*. [En Línea]. Oikos, Observatorio Andaluz para la Economía de la Cultura y el desarrollo. http://www.oikos.org.es/mnu_activ/estud/fiestas_primav.pdf. [Consulta: 05 de Enero de 2010]

2 -Las Fiestas, Festivales y demás Eventos Especiales

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, podemos decir que los Festivales, Fiestas, y demás eventos especiales, objetos de este trabajo, se incluyen dentro de las modalidades del Turismo Cultural.

La Secretaría de Cultura de la República Argentina a través del SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina), hace una distinción entre Fiestas populares y Festivales. Alegando que, *“Una Fiesta Popular es un hecho cultural colectivo que evoca un ser o un acontecimiento sagrado o profano a través de ceremonias, rituales, festejos o actos conmemorativos. La fiesta es transmitida por tradición, tiene permanencia y evoluciona en el tiempo, y la sociedad que la celebra la dota de significados. Por su parte, un Festival es entendido como un acontecimiento artístico o folklórico que rescata y difunde expresiones culturales y tradiciones populares. Fiesta o Festival, sean éstos artísticos, folklóricos, patrios o religiosos, siempre se trata de una celebración colectiva, en donde las creencias, los valores, los sabores, la memoria y la historia local salen a relucir con ritmo festivo.*

*De ahí el significativo valor cultural de estas celebraciones, las cuales, desde la “Convención para la salvaguardia del patrimonio mundial inmaterial”, adoptada por la Conferencia General de UNESCO en 2003, son consideradas como parte central del patrimonio inmaterial de un pueblo”.*⁶

En dicha Convención, se establece que el Patrimonio Inmaterial, abarca 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 reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural intangible, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. Se manifiesta en particular en los ámbitos siguientes:

- a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural intangible;
- b) artes del espectáculo;

⁶ SINCA (Sistema de Información Cultural de Argentina). (2009). “Fiestas Populares y Festivales”. [En Línea]. Boletín Informativo del Laboratorio de Industrias Culturales. Año 4. N°17. <www.lic.cultura.gov.ar/investigaciones/click/CLICK4-17-Fiestas_y_Festivales.pdf> [Consulta: 29 de Agosto de 2010]

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- c) usos sociales, rituales y actos festivos;
- d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- e) técnicas artesanales tradicionales.⁷

El término “Eventos Especiales” abarca diferentes tipos de eventos incluyendo los Mega Eventos (como por ejemplo Los Juegos Olímpicos y el Mundial de Fútbol), los “Hallmark Eventos (aquellos estrechamente vinculados a un destino), los Festivales y otros eventos más modestos.

Janiskee (1980: 97) explica que los festivales y eventos pueden ser entendidos como “Períodos o programas formales de actividades placenteras, entretenimientos, o eventos con un carácter festivo y público celebrando algún concepto, acontecimiento o hecho”.⁸

La característica de celebración festiva y pública señalada en esta definición es importante porque los festivales y eventos tienen una larga existencia como prácticas culturales significantes concebidas como formas de exposición pública, celebración colectiva y ritual cívico.⁹

De acuerdo a Turner (1982:11) las personas en todas las culturas reconocen la necesidad de dedicar cierto tiempo y espacios para la creatividad y celebraciones comunitarias.¹⁰

Estas prácticas datan de siglos atrás. A menudo ellas eran aliadas a los ritmos de la sociedad agraria (Rolfe, 1992). Muy a menudo estas eran de sustento religioso, como muchos de los festivales que se realizaban durante la Edad Media (Fox Gotham, 2005). Las exhibiciones públicas y los rituales cívicos fueron significativos en los

⁷ Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, denominada en adelante “la UNESCO”, en su 32ª reunión, celebrada en París del veintinueve de septiembre al diecisiete de octubre de 2003.

⁸ Traducción de la autora, fragmento de Bernadette Quinn, Dublin Institute of Technology. (2009). “Festivals, Events and Tourism”. [En Línea]. Arrow@dit. www.arrow.dit.ie/tfschhmtbook/1. [Consulta: 20 de Septiembre de 2010]. “Janiskee (1980: 97) explained that festivals and events can be understood as ‘formal periods or programs of pleasurable activities, entertainment, or events having a festive character and publicly celebrating some concept, happening or fact’”.

⁹ Traducción de la autora, fragmento de Bernadette Quinn, Dublin Institute of Technology. (2009). “Festivals, Events and Tourism”. [En Línea]. Arrow@dit. www.arrow.dit.ie/tfschhmtbook/1. [Consulta: 20 de Septiembre de 2010]. “The festive and public celebratory characteristics noted in this definition are important because festivals and events have long existed as significant cultural practices devised as forms of public display, collective celebration and civic ritual.”

¹⁰ Traducción de la autora, fragmento de Bernadette Quinn, Dublin Institute of Technology. (2009). “Festivals, Events and Tourism”. [En Línea]. Arrow@dit. www.arrow.dit.ie/tfschhmtbook/1. [Consulta: 20 de Septiembre de 2010]. “In fact, according to Turner (1982:11) people in all cultures recognize the need to set aside certain times and spaces for communal creativity and celebration”.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

tiempos del Renacimiento (Muir 1997), mientras Geppert (2004) explica como las exhibiciones imperiales e internacionales vinieron a ser parte tanto de la vida pública como de la imaginación colectiva en Europa desde mediados del Siglo XIX en adelante.

Tanto los Festivales como los eventos tienen una larga trayectoria e incorporan tradiciones pasadas. Ellos han florecido otra vez en la sociedad contemporánea, tras el descenso desde la mitad del Siglo XX en adelante (Boissevain 1992). Los Festivales y Eventos han sido parte de un amplio rango de nuevas “Estrategias Culturales” (Fox Gotham 2005a) usadas para regenerar y orientar la economías de post-producción hacia el consumo, donde el ocio, el entretenimiento y el turismo apuntan a una “economía de la experiencia” (Pine and Gilmore 1999). Mientras tanto, para esas ciudades, así como para aquellos que intentan ingresar en el escenario global por primera vez, los festivales y eventos forman parte de las estrategias de marketing de los lugares, alimentadas por una ideología de globalización, localización y competencia entre las ciudades.¹¹

O’Sullivan and Jackson (2002) desarrolló una tipología de festivales, identificando tres tipos diferentes:

a) “De cosecha Propia (Home-Grown), esencialmente de pequeña escala, de abajo hacia arriba y dirigido por uno o más voluntarios para el beneficio de la localidad.

b) “Turístico Tentador” (Tourist-tempter), cuyo objetivo es específicamente atraer visitantes para estimular el desarrollo económico local.

c) “Evento Big Bang” (Big Bang Events), es esencialmente una herramienta de Marketing que promueve una gran variedad de actividades relacionadas en un área geográfica definida. Tabla con la tipología de los Eventos.¹²

¹¹ Traducción de la autora, fragmento de Bernadette Quinn, Dublin Institute of Technology. (2009). “Festivals, Events and Tourism”. [En Línea]. Arrow@dit. www.arrow.dit.ie/tfschhmtbook/1. [Consulta: 20 de Septiembre de 2010]. “These practices date back centuries. Often they were allied to the rhythms of agrarian society (Rolfe, 1992). Very often there were religious underpinnings, as in many of the festivals that Fox Gotham (2005a) reminds us existed in the Middle Ages. Public displays and civic ritual were significant in Renaissance times (Muir 1997), while Geppert (2004) explains how imperial and international exhibitions came to be part of both public life and the collective imagination in Europe from the middle of the 19th century onwards.

Festivals and events thus have a long historical trajectory, and embody the traditions of various pasts. They have flourished again in contemporary society, following a decline from the mid 20th century onwards (Boissevain 1992). Festivals and events have been part of a wider range of new ‘cultural strategies’ (Fox Gotham 2005a) used to regenerate and orient post-production economies towards consumption (Zukin 1995) where leisure, entertainment and tourism underpin an ‘experience economy’ (Pine and Gilmore 1999). Meanwhile, for these cities, as well as for those trying to get onto the global stage for the first time, festivals and events form part of place-marketing strategies, fuelled by an ideology of globalization, localization and competition among cities.”

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Tipología de Festivales	“De Cosecha Propia” (Home-Grown)	“Turístico Tentador” (Tourist-Tempter)	“Eventos Big Bang (Big Bang Events)
Cantidad de Público	Pequeño	Mediano	Grande
Espacio Geográfico	Rural – Semirural	Ciudades-Suburbios	Ciudades
Tema Principal	Artes / Cultura / Entretenimiento.	Artes / Cultura / Entretenimiento	Artes / Cultura / Entretenimiento
Organizadores	Comunidad Local / Apoyo del sector público y privado	Autoridades Locales	Sector Público / Privado / Voluntarios
Administración	Voluntariado	Impulsado por las autoridades locales.	Asociación Impulsada
Objetivo Principal del Evento	Beneficios culturales y/o de entretenimiento para locales y visitantes	Desarrollo económico a través del turismo.	Desarrollo económico para los socios / Beneficios culturales y/o de entretenimiento para locales y visitantes.

Según Peter Tarlow (2011), los eventos abarcan una amplia variedad de terrenos, desde cenas para recaudar fondos hasta partidas políticas, desde eventos deportivos hasta reuniones escolares, desde conferencias académicas y profesionales hasta reuniones familiares y experiencias religiosas. Para producir y organizar los mismos, el autor enumera una serie de acciones o tareas que las comunidades deberían tener en cuenta:

- Tener conocimiento de cada detalle del nuevo evento que se intenta atraer, al momento de postularse para conseguirlo.
- Determinar las fortalezas y debilidades de la ciudad, para tomar conocimiento de cuáles son sus ventajas competitivas con respecto a las otras ciudades que se postulan para obtener la plaza del evento.

¹² Traducción de la autora, fragmento de Peter H. Hackbert, & Berea College. (2009). *“Economic Impact of Appalachian Festivals”*. [En Línea]. ASBBS (American Society of Business and Behavioral Sciences). Annual Conference: Las Vegas. Volumen 16 N°1. < www.asbbs.org/files/2009/PDF/H/HackbertP.pdf >. [Consulta: 20 de Septiembre de 2010].

“O’Sullivan and Jackson (2002) developed a festival typology that provides a framework for a case study approach. Three festival types were identified: a) home-grown, b) tourist-tempter, and c) big bang events. Table 1 identifies the festival typologies appropriate for this paper. A “home-grown” festival, the case study for this paper is essentially a small scale, bottom-up and run by one or more volunteers for the benefits of the locality. A “tourist-tempter” festival is one that is aimed specifically at attracting visitors to stimulate local economic development. A “big-bang” festival is essentially a marketing tool that promotes a myriad of related activities over a defined geographic area.”

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- Formular e implementar un plan estratégico para el evento, de manera que queden claramente fijados sus objetivos y las acciones a seguir para poder cumplirlos.
- Elaborar listas de revisión, que incluyan no solo los aspectos básicos del evento, sino que también tengan en cuenta cuestiones más específicas del mismo.
- Conocer cuáles son las amenazas externas que pueden afectar al evento, para así tomar los recaudos necesarios, y establecer cómo actuar ante las mismas. Se pueden citar como ejemplo las condiciones climáticas extremas y los ataques terroristas.
- Elaborar un plan de trabajo u operativo, donde estén contempladas todas las tareas que deben realizarse, indicando cuándo deberían comenzar y cuando terminar, para reducir las probabilidades de que se produzcan omisiones y/o errores.
- Ofrecer apoyo tecnológico, ya que en la actualidad, para la mayoría de las actividades se requiere algún tipo de equipo y/o programa computarizado.¹³

- ¹³ Peter Tarlow. (2011). “Produciendo Los Grandes Eventos”. [En Línea]. Informe mensual de “Probaditas Turísticas de Tourism and More”. Publicación Enero de 2011. <<http://www.tourismandmore.com/Tidbits%20in%20Spanish.htm>>. [Consulta: 14 de Enero de 2011].

3 - Los Eventos Especiales, y su repercusión en la Economía y la Sociedad.

Actualmente el ocio ocupa un lugar central en la jerarquía de valores de la sociedad contemporánea. Este ha pasado de ser sólo un elemento característico de los segmentos extremos de la población (infancia y vejez), para convertirse en una condición irrenunciable de la edad adulta. Los valores de producción y laboriosidad típicos de la sociedad industrial del siglo XIX, se han reemplazado por la ética absolutamente hedonista de la contemporaneidad (Ruiz, 1996; Harvey, 1989).

En este contexto, el deporte, el turismo en todas sus modalidades, el consumo de la cultura, etc. son ejemplo del uso que la sociedad actual le da a su tiempo libre.

Estos "usos" del tiempo libre tienen una trascendencia económica, debido a que estos responden a preferencias individuales, constituyendo un bien comercializable y entrando en la órbita del cálculo económico.

"Dentro de los múltiples usos del ocio, el turismo se ha convertido en una de las expresiones más importantes de la vida contemporánea; y, particularmente, el turismo cultural, que se ha ido configurando como uno de los componentes con más proyección del sector y, a la vez, una de las manifestaciones más significativas del denominado postmodernismo cultural contemporáneo (Bordieu y Darbel)".

Este fenómeno coincide con el nuevo comportamiento de la sociedad actual con respecto a la cultura. Esta ha pasado de ser un placer escaso, poco habitual, y elitista, a convertirse en una exigencia de una gran cantidad de personas, de manera constante.

En este contexto, podemos decir que a través del Turismo cultural, la cultura, como manifestación de la identidad, del saber y de la historia de los pueblos, se convierte en una mercancía, en un bien que puede ser demandado y consumido, generándose de esta forma una Mercantilización de la Cultura.¹⁴

También, es necesario mencionar, que esta modalidad de turismo, además de constituirse como un factor de riqueza y, por tanto, de desarrollo económico; actúa como un incentivo para la recuperación del patrimonio cultural y un estímulo a la creación de nuevas ofertas y atractivos culturales.

¹⁴ (Economía de la Cultura en Castilla y León Luís Herrero P. Turismo Cultural y Museos María Sanz D. Ignacio González José Sanz L. Gestión Turística. Nº 5 Vol. 2 ISSN 0717 – 1811 Pag. 77 – 105)

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

De acuerdo a lo mencionado, se ha convertido cada vez más en un factor de regeneración urbana, y de competencia entre las ciudades. Estas buscan no sólo recuperar sus elementos patrimoniales culturales, sino que también, generar nuevos, dotarse de infraestructuras culturales, y diferenciarse de otros lugares, para así atraer visitantes y nuevos residentes.

En principio, esta tendencia se había hecho presente sólo en las ciudades industriales en declive que necesitaban desplazar la base de sus economías de la producción al consumo de servicios, pero en la actualidad, es un fenómeno en todas las ciudades en general.

También, no debemos olvidarnos que la cultura actúa como un instrumento de cohesión social, si es entendida como factor de creatividad y de realización de los individuos.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto anteriormente se puede decir que Las Fiestas, Festivales y demás Eventos Especiales, quizás son los objetos culturales que más se acercan a las funciones que cumple la cultura en las sociedades contemporáneas, pues contribuyen al desarrollo económico a través del gasto cultural que se genera, confeccionan una nueva imagen urbana y sirven de factor de creatividad y progreso de la sociedad civil. Hoy en día, son incontables los eventos que se desarrollan a nivel mundial, tanto en el ámbito urbano como rural, como una estrategia para el desarrollo económico y el impulso territorial.¹⁵ La República Argentina no está exenta de este fenómeno. Un relevamiento realizado recientemente por el SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina), arrojó como resultado que anualmente se desarrollan en el país cerca de 2700 celebraciones. Siendo destacable mencionar que, a diferencia de otras expresiones culturales, estas se hacen presentes en la mayoría de las localidades del país, sean estas pequeñas o pueblos rurales.

Asimismo, la extendida distribución territorial de las celebraciones populares parece no estar asociada a mejores o peores condiciones socioeconómicas o educativas, sino que, más bien, aparece como una práctica cultural generalizada: urbana o rural, en el río o la montaña, de ricos y pobres, trabajadores y estudiantes, jóvenes y viejos. De una u otra forma, todos los ciudadanos de la Argentina encuentran durante el año alguna ocasión para la celebración colectiva y la expresión de sus tradiciones y costumbres. Esta particularidad contrasta con la implantación de muchas

¹⁵ HERRERO P, Luis, SANZ D, María, GONZALEZ, Ignacio *et al.* (1998). “Economía de la Cultura en Castilla y León: Turismo Cultural y Museos”. [En Línea]. *Gestión turística (Valdivia)*. N°3, p.77-105. <http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-64281998000200005&lng=es&nrm=iso>. ISSN 0718-6428. [Consulta: 25 de Junio de 2010].

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

otras actividades culturales, como los cines, las librerías o las disquerías, las cuales se encuentran fuertemente asociadas a la densidad de población y, en muchos casos, a mejores condiciones de vida.¹⁶

Es importante hacer referencia al papel del Estado en la economía de la cultura. El principal argumento que tienen las Administraciones Públicas para intervenir en el campo de la cultura tiene que ver con los efectos económicos que ésta genera sobre el conjunto de la sociedad. No obstante, cabe mencionar otras razones que justificarían el papel del sector público. En primer lugar, los beneficios o externalidades derivadas de los bienes culturales, desde el punto de vista de la producción, su atractivo turístico, que generará empleo, promoverá el desarrollo local y la regeneración urbana. Desde el punto de vista del consumo, por los aspectos relativos al valor de legado y de existencia, que se traducen en prestigio y cohesión social, puesto que la cultura puede contribuir a la transmisión de ideas, creencias y valores, sin descartar que al mismo tiempo, la cultura pudiera actuar como un agente de desarrollo del espíritu crítico, de ruptura social y de confrontación con los valores de dicha sociedad. Asimismo, la cultura aumenta el nivel educativo y se encuentra ligada a la idea de mejora social. Y Desde el punto de vista de la economía normativa de la cultura, también son señaladas las motivaciones relativas a los problemas de información y a los aspectos redistributivos, así como a la estructura de costes (marginales crecientes) de algunas actividades culturales frente al avance más pausado de la productividad.

Sin duda alguna, el apoyo, el fomento y la promoción por parte de las instituciones públicas de los acontecimientos, bienes, o patrimonio cultural es fundamental, y se ha convertido, a menudo, en un medio para contribuir en la revitalización de las ciudades y regiones, a través de la remodelación física del lugar, la atracción de turismo y la creación de empleo. En este sentido, el respaldo cultural se convierte en un factor avanzado de competitividad para atraer población y actividad productiva.¹⁷

¹⁶ SINCA (Sistema de Información Cultural de Argentina). (2009). “Fiestas Populares y Festivales”. [En Línea]. Boletín Informativo del Laboratorio de Industrias Culturales. Año 4. N°17. < www.lic.cultura.gov.ar/investigaciones/click/CLICK4-17-Fiestas_y_Festivales.pdf > [Consulta: 29 de Agosto de 2010].

¹⁷ Analistas Económicos de Andalucía. “Efectos Socioeconómico la Semana Santa en Córdoba”. [En Línea]. Analistas Económicos de Andalucía. < www.economiaandaluza.es/publicaciones/efectos-socioeconomicos-semana-santa-ciudad-cordoba > ISBN: 978-84-92443-06-2. [Consulta: 22 de Enero de 2010].

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación es de tipo exploratorio descriptivo transeccional.

Según Hernández Sampieri, Roberto y otros *"Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio."*¹⁸

El mismo autor explica que *"Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así —y valga la redundancia— describir lo que se investiga."*¹⁹

Siguiendo con el mismo autor, Hernández Sampieri Et, Al. (2003) *"los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado"*²⁰.

Como ya se expuso anteriormente la problemática a estudiar es el impacto en la economía y en la población local de las pequeñas comunidades, generado como resultado de la organización de Eventos Culturales.

En función de tal interrogante se estableció a modo de Hipótesis, que la realización de los mismos genera beneficios económicos y sociales en las ciudades en los que tienen lugar.

Se estableció como objetivo general, indagar cuáles son los efectos que se producen en la economía y en la sociedad de la ciudad de Azul, por la realización de

¹⁸ Hernández Sampieri, Roberto y otros (1997). *Metodología de la Investigación*. Colombia. Ed. McGraw-Hill.

¹⁹ Hernández Sampieri, Roberto y... Ob cit. 18.

²⁰ Hernández Sampieri, Roberto y... Ob cit. 18

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Eventos Culturales. De este se derivan una serie de objetivos específicos que se detallan a continuación.

- Exponer la oferta de Eventos Culturales que se desarrollan en la Ciudad de Azul, los cuales constituyen un Patrimonio Intangible para la misma.
- Indagar sobre los Costos en los que deben incurrir los organizadores de los Eventos Culturales para llevar a cabo los mismos.
- Indagar sobre los gastos que efectúan los Espectadores y Participantes no residentes durante los Eventos Culturales.
- Investigar si arriban visitantes a la ciudad, y en qué cantidad, como consecuencia de la realización de estos Eventos Culturales.
- Indagar si se generan ingresos por los Eventos Culturales y estimar los mismos.
- Analizar la percepción y opinión de la población local sobre los Eventos Culturales y el uso de los Recursos Patrimoniales en los mismos.
- Indagar si se hace un adecuado uso de los Recursos Patrimoniales de la Ciudad que son escenarios de los Eventos Culturales.

En principio, fue necesario efectuar una investigación documental en bibliotecas, e Internet, con el propósito de armar las bases teóricas del estudio, y establecer cuál era el método apropiado para medir el impacto socioeconómico.

En cuanto a la metodología elegida para medir el impacto económico, se empleará el “método de los efectos”. En éste se distinguen tres tipos de impactos o efectos (Seaman 2003), sobre los cuales se indagará. Para ello, se tomaron como muestra de estudio cuatro de los eventos que se realizan en la ciudad, siendo muy distintos entre ellos, por su temática

- Efectos directos:

Estos corresponden a los gastos realizados por la actividad o Institución que organiza el evento (salarios, compras, alquileres, ejecución de programas, etc.) en el área geográfica de referencia y en un periodo de tiempo determinado. La unidad de análisis serán los organizadores de los diferentes eventos. La población estará conformada por los organizadores de los cuatro eventos culturales que serán estudiados. La muestra será no probabilística, y el método de medición será una entrevista a los organizadores de los eventos. La misma será de tipo semiestructurada, y en ella se consultará sobre los gastos para llevar a cabo el evento

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

desglosados en diferentes ítems: compras, alquileres, sonido e iluminación, salarios, decoración y escenarios, inversión y mantenimiento de infraestructura, publicidad y promoción seguridad y seguros, y otros gastos (Ver Anexos III, IV, V y VI – 1 /en versión resumida y extendida).

- Los efectos indirectos:

Estos se refieren a los gastos que realizan los espectadores como consecuencia del consumo del producto cultural en cuestión (alojamiento, restauración, transporte, compras, etc.).

La unidad de análisis serán los no residentes que asisten a los eventos culturales a investigar.

Entre los no residentes o visitantes, cabe distinguir entre los que pernoctan en la ciudad o su área de influencia, y los visitantes por un día o parte de él, que vienen a la ciudad por unas horas, pero que no llegan a alojarse para hacer noche. Esta distinción coincide con la clasificación metodológica que hace la Organización Mundial del Turismo para distinguir dos tipos de sujetos entre los visitantes: los turistas propiamente dichos (los que pernoctan) de los excursionistas (pasan unas horas en la ciudad y se desplazan desde otra ciudad cercana donde residen o donde sí están haciendo turismo propiamente dicho). A su vez, las dos categorías de visitantes se dividirán en espectadores y participantes de los eventos.

Para obtener los datos sobre la cantidad de no residentes, se le solicitará a los organizadores los datos de la cantidad de participantes de los eventos provenientes de otras ciudades, y para estimar la cantidad de espectadores no residentes se efectuará una encuesta probabilística. El tamaño de la muestra se definirá en función de las estimaciones de cuánto público puede asistir en cada evento, facilitadas por los organizadores, considerando un error del 4 por ciento, para asegurar la significación estadística de los resultados y la validez, por tanto, de las conclusiones que se pudieran extraer. A través de dicha encuesta obtendremos el porcentaje de residentes y no residentes presentes en el lugar.

Luego, una vez solicitados a los organizadores las cifras finales de concurrentes al evento se podrán estimar la cantidad de espectadores no residentes y residentes.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Para medir el nivel de gasto medio diario por persona, de aquellos que no sean residentes, en la encuesta, se les preguntará sobre sus gastos desglosados en diferentes ítems:

- Alojamiento (Hotel, camping, cabaña, casa de familiares o amigos)
- Bienes diarios (Alimentación y bebidas)
- Equipamiento personal (textil, calzado, etc.)
- Equipamiento para el Hogar (Electrodomésticos, Art. de Bazar, mobiliario, etc.)
- Recuerdos u otros productos turísticos
- Otros bienes

Las preguntas del cuestionario (Ver Anexo II-1/en versión resumida y extendida) serán cerradas o dicotómicas, por ejemplo cuando se les pregunte si efectuaron algún gasto en equipamiento personal, si la respuesta es positiva, se le preguntará el monto aproximado de la compra utilizando una pregunta categorizada o de estimación (menos de \$50, entre \$51 y 100, entre \$101 y 125, entre 126 y 150, más de \$150).

- Los efectos inducidos

Son todos aquellos beneficios derivados de los eventos culturales que no son contabilizados en partidas anteriores. Sus definición varía de unos estudios a otros: algunos autores abordan un enfoque de tipo cuantitativo centrándose en las repercusiones económicas del sector (efectos sobre la producción); mientras que otros se centran en aspectos más cualitativos, como el aumento del capital humano, la mejora de la calidad de vida, la creación de puestos de trabajo, entre otros (efectos sobre el empleo). Estos últimos son mucho más difíciles de medir, con lo que generalmente este tipo de estudios resultan meramente descriptivos.

Con respecto al enfoque cuantitativo, en éste se entiende que las repercusiones económicas provienen de la entrada de dinero por la actividad cultural que genera un efecto multiplicador, es decir, la entrada de dinero en la economía local producto de la organización y asistencia a una actividad cultural genera unos efectos que van mucho más allá del gasto inicial (efectos directos e indirectos): una parte de esos ingresos directos que perciben las empresas y habitantes de una determinada localidad o región, directamente implicados en la realización de la actividad, es gastada por éstos en realizar compras a otras empresas e individuos que les proveen de input necesarios para realizar su producción (efecto indirecto). Este aumento de la producción genera nuevos ingresos, que vuelven a generar nuevas rondas de gasto y aumento de la producción y así sucesivamente (efecto inducido), hasta llegar al efecto total sobre el sistema económico. Dicho efecto va a depender en gran medida de la

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

propensión a gastar y comprar a proveedores locales (no importar) y el área geográfica considerada.

Con relación al enfoque más cualitativo, es evidente que las repercusiones económicas que los eventos culturales generan sobre la actividad productiva local y de la región, también van tener una repercusión evidente sobre el empleo de la ciudad.

El impacto económico directo resultado de la celebración y la preparación de este tipo de eventos, supone para los sectores que atienden estas demandas una actividad que conlleva la utilización del factor trabajo. De acuerdo con el origen de las actividades que demandan estos empleos, se entiende que la mayoría de este empleo es local o provincial.

De igual modo, las implicaciones de los consumos realizados por los asistentes a los eventos, permiten aproximar el empleo generado por las ramas de actividad implicadas en los gastos que éstos han hecho en la ciudad. De acuerdo con este criterio, los empleos creados corresponderían principalmente con las ramas de Comercio al por menor, Servicios hoteleros y de alojamiento, Servicios de cafeterías, bares y restaurantes, Actividades anexas a los transportes y agencias de viajes.

Estos efectos, sobre la producción y el empleo, se pueden calcular mediante dos métodos: el enfoque del multiplicador regional y el análisis input-output.

Con respecto al enfoque del multiplicador Regional, Greffe (1990) distingue tres tipos de multiplicadores: el multiplicador del empleo o de base, multiplicador keynesiano y el multiplicador input-output.

Todos estos multiplicadores parten de la idea de que una inyección inicial de dinero genera un incremento en el consumo, que se traduce en un incremento de los ingresos mucho mayor a la cantidad de gasto inicial (sucesivos ciclos de ingresos-gastos-ingresos).

El multiplicador del empleo mide la relación entre la variación del empleo y la variación de los ingresos o gastos durante un periodo de tiempo dado, fruto del evento cultural.

Se tiende a utilizar un coeficiente lineal gasto-empleo en lugar del multiplicador debido a que para ello se necesita un conocimiento detallado del área de referencia.

El multiplicador Keynesiano viene determinado por las características internas de la economía local. Se compone de tres elementos principales: la tasa de ahorro o su complementario, la propensión marginal a consumir; la tasa de importación, que es la proporción de compras realizadas fuera de la economía local, y la presión fiscal

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

externa, que determina la renta que realmente se gasta. Sería: $MK = a / (1 - c - m)$ donde c es la propensión marginal a consumir y m la propensión marginal a importar.

Por último, el Multiplicador Input-output de Leontief estudia las relaciones bilaterales entre todos los sectores de la economía (análisis no realizado por los anteriores multiplicadores), determinando los efectos de la variación de cada uno de ellos sobre los demás.

Con relación al Análisis Input y Outputs, Este análisis permite observar los efectos de retroalimentación que un shock inicial en la demanda final produce sobre las diferentes actividades sectoriales como consecuencia de las relaciones comerciales entre las mismas. Las tablas input-output (TIO) ofrecen una visión cuantitativa de las interdependencias entre los diferentes agentes económicos (empresas, familias, administraciones públicas) que tienen lugar en el territorio de referencia: un país, región, provincia o ciudad. Como consecuencia de estas interrelaciones se deducen los efectos multiplicadores que el consumo genera sobre el conjunto del sistema económico.

A menudo este tipo de estudios se queda en una mera descripción, debido a que estos efectos son difíciles de medir y a que generalmente no se dispone de la información necesaria para llevar a cabo las mediciones. Éste es uno de esos casos, la inexistencia de una tabla Inputs-outputs a nivel provincial o local, como la proporcionada a nivel nacional impide el cálculo exacto de estos efectos. Por lo cual, se ha optado por analizarlos recurriendo a fuentes alternativas de información. Se elaborará una encuesta a los establecimientos comerciales de la ciudad, donde se les preguntará sobre el nivel de facturación durante la realización de los eventos culturales, y si debieron contratar empleados extras esos días. De esta manera, se podrá hacer un análisis de los efectos sobre la producción y el empleo consecuencia de los eventos, debiendo entender al mismo como una estimación por defecto.

Además, se utilizará el Multiplicador Keynesiano, para determinar el efecto multiplicador del turismo. Para ello se emplearán los datos que se recabaron en la encuesta a los no residentes sobre sus gastos, y los que se obtuvieron en la entrevista a los organizadores, sobre la inversión realizada.

Otros efectos inducidos que se pueden considerar son los impactos sobre la sociedad, derivados del valor social y cultural que poseen este tipo de actividades culturales.

La realización y posterior repercusión de los eventos contribuye, a mediano y largo plazo a reforzar y mejorar la imagen de la ciudad; favorece la promoción de las

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

ciudades; es un excelente medio para que se efectúen mejoras de instalaciones e infraestructura; estimula el uso de los recursos patrimoniales de la ciudad, los cuales se reacondicionan y preservan; se origina un aumento del bienestar de la población en términos de empleo y renta; entre otras cosas.

Es indudable que todos los beneficios enumerados anteriormente recaen directa e indirectamente en los residentes locales, con lo que en este trabajo se analizará su percepción y postura con respecto a los eventos que se llevan a cabo en la ciudad. Para ello se efectuará una encuesta (Ver Anexo II-1/ en versión resumida y extendida) representativa probabilística a los espectadores durante los eventos, a los cuales se les consultará si creen que es importante y conveniente realizar estos eventos en la ciudad, sobre su grado de satisfacción y valoración de los mismos, y si están de acuerdo con que se efectúe gasto público para tales fines.

A su vez también se realizará una encuesta representativa probabilística a los residentes fuera de los eventos, pudiendo haber sido estos espectadores o no de los mismos. Con dicha encuesta (Ver Anexo II-2/ en versión resumida y extendida) se indagará sobre el conocimiento, la concurrencia, y percepción que tienen los mismos sobre los eventos. Se les preguntará si están de acuerdo con su realización, si concurrieron o suelen concurrir, si desconocen alguno de los eventos enumerados en la encuesta, y sobre qué efectos creen pueden originar los eventos en la ciudad.

CAPÍTULO 4: RESULTADOS

1 - Caso de Estudio: Los Eventos Culturales en la Ciudad de Azul, Pcia. de Bs.As.

La Ciudad de Azul (Ubicación e información general en Anexo I – 1 /Versión extendida) posee una rica y variada oferta de atractivos naturales, arquitectónicos, históricos, religiosos y culturales. Desde hace unos cuantos años, tanto el sector público como privado, han estado trabajando constantemente, para poder lograr un desarrollo de la actividad turística de manera sustentable. Actualmente, existe una tendencia positiva en la afluencia de turistas, que se refleja en los altos porcentaje de ocupación hotelera y extra-hotelera, sobre todo durante los fines de semana largos.

A partir que la Ciudad fue nombrada Ciudad Cervantina de la Argentina por la UNESCO, por la valiosa colección privada de libros de Cervantes, se inició una fuerte campaña promocional, a través de internet, por medio de las distintas páginas Web de la ciudad, y con la presencia en las más importante ferias y congresos de turismo del país.

Actualmente, se realizan constantemente tareas de mejoras y recuperación de los distintos recursos patrimoniales y naturales.

En el Plan Estratégico de Desarrollo elaborado por el Municipio en el año 2007, el turismo ocupa un lugar prioritario, considerándose a tal como una herramienta para el desarrollo de la economía de la ciudad.

Si bien desde siempre la ciudad es escenario de todo tipo de eventos especiales, actualmente, a lo largo del año tienen lugar numerosos eventos culturales, deportivos, fiestas patronales, encuentros profesionales, y exposiciones, a los que continuamente se le están sumando nuevos (Ver Anexo I- 3/ Versión extendida). Este año en particular, no debemos dejar de mencionar que la ciudad fue elegida como sede para los festejos del Bicentenario, por contar con un importante valor cultural.

El Municipio, en el Decreto 1771/06, establece que consideran como evento público a toda reunión, función, representación, acto social, deportivo u otro de cualquier género que tenga como objetivo el esparcimiento o recreación y se efectúe en lugares de acceso público abiertos o cerrados y que se realice por única vez o de manera discontinua. En el marco de este decreto, elaboró una guía con los pasos a seguir y los requisitos necesarios para poder solicitar, ante este organismo, la autorización para organizar tales eventos. Además, expone una serie de beneficios

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

que le ofrecen a los organizadores para apoyar el emprendimiento (Ver Anexo I /Versión resumida y Anexo I – 5 /Versión extendida).

2 - Efectos Directos e Indirectos en cada uno de los Eventos estudiados.

2.1- Fiesta Nacional de la Vaca

La Fiesta Provincial de la Vaca, desarrollada en 6 oportunidades, es organizada por La Asociación Civil A.C.E.S.T.A (Asociación Civil Eventos Solidarios y Tradicionalistas de Azul). La misma se realiza durante el mes de Marzo, con una duración de 3 días, integrando música, danza, jineteadas, paseos artesanales, juegos tipo Kermes, concursos, elección de la Reina y sorteos, junto con las alrededor de 30 vacas asadas con cuero, que le dan el origen y nombre al evento. El público puede degustar las mismas en las distintas carpas armadas como suerte de cantinas en distintos sectores del Parque Municipal, que es el escenario de la Fiesta. Este sitio es cedido por la Municipalidad como aporte a los organizadores, además de contribuir también con mano de obra.

Los numerosos shows musicales, de danza, humor, tanto locales como de otros lugares, son presentados en el escenario mayor que se instala en “La Loma del Parque”, un lugar descampado donde el terreno está en forma de loma, que es cercado formando una especie de anfiteatro.

Durante la fiesta se presentan cantantes amateur de distintas partes del país, fundamentalmente de estilo folclórico, quienes compiten en lo que se llama “El Certamen de la Canción”. En cada edición para el cierre convocan alguna figura/s de renombre nacional, para lo cual tienen dentro de las posibilidades la opinión de la gente.

Los artistas de renombre reciben una remuneración por su actuación, y se hacen cargo de su alojamiento y alimentación. Los artistas amateur, y demás participantes, vienen con el alojamiento y alimentación pago, y algunos de ellos reciben un importe económico a modo de premio.

Hasta la 5ta. Edición era considerada de carácter regional, pero dada la repercusión y crecimiento logrado en estos pocos años, fue nombrada como Fiesta

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Provincial, y recibe apoyo por parte de la secretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.

Los organizadores llevan a cabo una fuerte campaña publicitaria, en radios y diarios de la región y provincia; y a nivel nacional con una propaganda que llega a todo el país. A nivel local, hacen lo mismo a través de la radio, que posee la misma asociación organizadora, y además con folletos, auto parlante y afiches cuando se acerca la fecha.

En la edición 2010 concurrieron aproximadamente 70.000 personas a lo largo de los 3 días que duró el evento, presentando un crecimiento de público del 40% dado que el año anterior se habían hecho cita 50.000 personas. Esta cantidad fue utilizada para determinar el tamaño de la muestra²¹ de encuestas realizadas a los espectadores. Con lo que, teniendo en cuenta que se tomó un margen de error del 4%, con una población de 50.000 el número de encuestados debió ser de 114.

Según los resultados arrojados por las encuestas el 80% del público eran residentes mientras que el 20% restante eran no residentes. Por lo tanto, de las aproximadamente 70.000 personas, 55.877 fueron espectadores locales y 14.123 visitantes. Estos últimos a su vez deben desglosarse en Turistas y excursionistas, cuya diferencia fue explicada anteriormente. Los primeros alcanzan el 83% y los segundos el 17%, representando a 11.667 y 2.456 personas respectivamente.

El medio de transporte más utilizado para llegar a la ciudad es el automóvil propio con un 65,22%, seguido por otros (combi, casilla rodante, etc.) con un 30,43%. La estadía promedio de los visitantes es de 1,8 días, utilizando como medio de alojamiento la hotelería el 47%, la casa de familiares y amigos el 32%, el camping el 16%, y otros (casa rodante) el 6%.

El 65% ya había venido alguna vez a la ciudad, las principales fuentes de información por las que se enteraron del evento fueron el comentario de familiares y amigos y la publicidad. En su totalidad organizaron el viaje en forma personal, concurriendo en su mayoría con familiares y pareja.

El motivo principal del viaje para el 71% de los encuestados fue el evento, el 78% expuso que tenía conocimiento del mismo con anterioridad, y el 61% se mostró

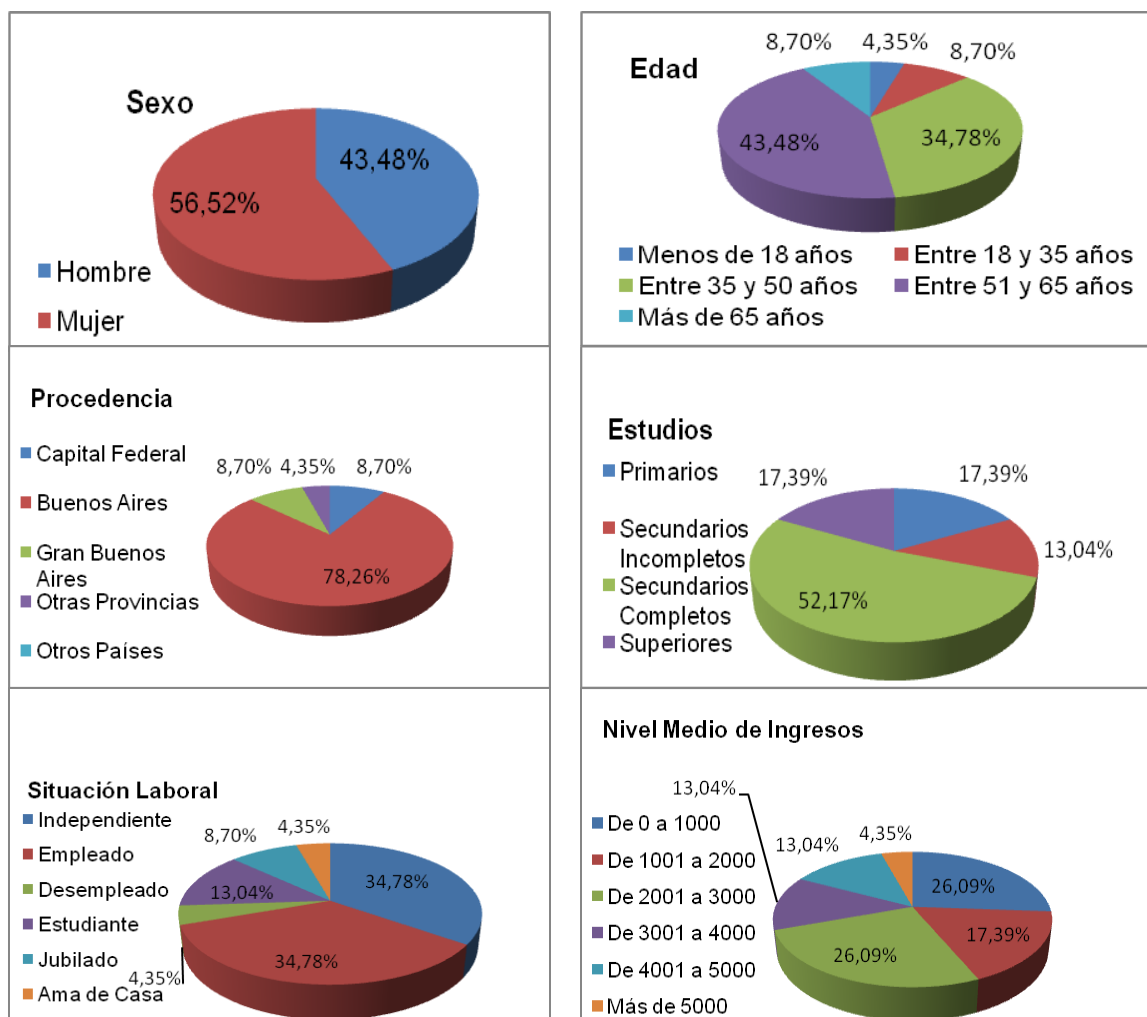
²¹ El número de encuestas a realizar (muestra) es calculada a partir de la cifra de asistentes en la edición 2009 (N), dato informado por los organizadores de cada evento. El cálculo se lleva a cabo, aceptando un margen de error del 4% (e=0,04). La fórmula, a partir de Levy y Lemeshow (1991) sería la siguiente: $e = 1,96 \sqrt{p(1-p) (N-n)/n (N-1)}$; con un valor de p=0,5, se trataría de calcular el valor de n (muestra).

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

muy satisfecho, mientras que el 35% y 4% satisfechos y medianamente satisfechos respectivamente.

El mayor número de visitantes proviene de la Provincia de Buenos Aires, seguido por Capital Federal y Gran Buenos Aires.

Las características generales de los no residentes se detallan en los gráficos a continuación.



Efectos Directos

El efecto directo, considerándose como tal al monto total de los gastos incurridos por parte de los organizadores para poder concretar el evento, producido en el año 2010 asciende a \$957.018,(Ver detalle de los gastos desglosados en Anexo III-2 /Versión resumida y extendida)

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Para financiar estos gastos se utilizan en un principio los ingresos que se generan con anterioridad a la fiesta producto de la venta de abonos²² al público, la venta de publicidad a comercios para aparecer en la pantalla del escenario mayor durante los intervalos de los espectáculos, y el canon cobrado a quienes instalan Stand artesanales y comerciales en el predio de la fiesta. Además cuentan con una ayuda económica de la Provincia. Posteriormente a la fiesta cuentan con los ingresos producidos por la venta de entradas a los distintos shows, la jineteada, y al paseo de artesanos. El importe recaudado en la cantina propia de la fiesta, el porcentaje por las ventas cobrado a los proveedores, el alquiler de las sillas al público, y el estacionamiento.

Efectos Indirectos

El efecto indirecto, proveniente de los gastos que realizan los espectadores no residentes²³ durante el evento cultural generado por la edición 2010 es de \$3.526.093,74.

Para poder obtener este valor los no residentes fueron indagados, a través de las encuestas, sobre sus gastos diarios desglosados en una serie de ítems (Ver Anexo II-1 /Versión resumida y extendida), de alojamiento durante su estadía en la ciudad. Esto arrojó como resultado que el gasto medio diario se estima en \$106,58, mientras que el gasto de alojamiento en \$48,86.

	Cantidad	Estadía	Gasto Medio Diario	Gasto Promedio Alojamiento	Gasto Medio Diario y Alojamiento	Total
Excursionistas	2456	Menos 24hs.	\$106,58			\$261.760,48
Turistas	11667	1,8	\$106,58	\$48,86	\$155,44	\$3.264.333,26
Importe Total						\$3.526.093,74

²² Los abonos permiten, a quien los compran, a tener acceso ilimitado a la Fiesta durante los 4 días de Duración. Además les da la posibilidad de participar en un sorteo con importantes premios.

²³ Para determinar los efectos indirectos es necesario prestarle atención a dos asuntos: en primer lugar, los problemas de doble contabilización de algunas partidas, por ejemplo las entradas, que son un gasto de espectadores y una fuente de financiación del evento; y, segundo, el proceso de selección de la muestra de individuos a considerar en el incremento neto de consumo propiciado por el evento, es decir, la inclusión sólo de los espectadores no residentes o también los espectadores residentes. En el primer caso, para evitar dobles contabilizaciones no se incluye entre los gastos de los espectadores el valor destinado al pago de las entradas, ya que su importe total es una de las fuentes de financiación de los organizadores para incurrir en los gastos directos mencionados con anterioridad. En el segundo caso, se determinó que serán considerados como agente de gastos sólo a los espectadores no residentes, ya que se toma como hipótesis que los espectadores locales realizan un consumo sustitutivo que sólo altera la composición de sus gastos.

2. 2- Encuentro Internacional de Teatro Otoño Azul

Desde hace 11 años, durante el mes de Junio, se lleva a cabo el Encuentro Internacional de Teatro Otoño Azul, que reúne compañías y grupos teatrales nacionales e internacionales. El Teatro Español, y el recientemente restaurado Complejo Cultural (Ex Cine San Martín) son los escenarios del evento.

El impulsor y actual organizador es El Equipo Delta (Equipo del Taller), creado por el Taller Teatral Local, con el objetivo de producir los espectáculos locales. En el año 2000, nace la idea, y se desarrolla el 1º Encuentro de Teatro Otoño Azul, surgiendo la necesidad de formarlo como una Asociación Sin Fines de Lucro. Actualmente, está constituido por una comisión, socios, y voluntarios, participando todos de alguna manera en la organización del evento. Desde sus inicios cuentan con el apoyo y ayuda de la Municipalidad, la cual le otorga un subsidio, se hace cargo de algunos de los gastos, y le presta un espacio físico donde trabajar durante los meses que dura la organización.

El objetivo del Encuentro es otorgarle al teatro breve un espacio para mostrarse e incentivar el interés del público; proponer un espacio de encuentro para que los elencos puedan compartir impresiones con el público y afianzar lazos de intercambio y camaradería entre los grupos participantes; promover a la ciudad de Azul como anfitriona de una actividad artístico-cultural difundiendo su nombre y las bondades del lugar y su gente.

Se desarrolla durante 4 días, en los cuales se presentan entre diez y quince obras, elegidas por el Equipo Delta, entre los elencos postulantes que envían el material del espectáculo en formato video una vez que abre la inscripción.

La idea original era hacer un encuentro a nivel regional, pero ya en la primera edición se presentaron obras de otras provincias, y actualmente es de carácter internacional, dado que vienen obras de distintas partes de Latinoamérica y el mundo. Entre los países que han exhibido sus espectáculos se encuentran Chile, Perú, Bolivia, México, Cuba, Ecuador, Colombia, Alemania, España, Los Países Vascos, Eslovenia, Francia, Congo, entre otros.

El criterio de selección no es elegir las mejores, sino que se trabaja por zona o centro de interés. Es decir, se elige la mejor de cada lugar que ellos creen tienen que estar presente por historia y trayectoria (Ej. Capital Federal, Pcia. De Buenos Aires, y Chile), y además tienen prioridad los países que nunca se han presentado.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Los elencos no reciben remuneración alguna por su presentación, sí se les brinda alojamiento y comida durante los 4 días, y en algunos casos se los ayuda con los pasajes para trasladarse hasta la ciudad.

Las obras son evaluadas por un jurado, formado por figuras reconocidas del medio, y también por el público, que el día del cierre emite su voto, eligiendo mejor obra y actuación.

En el año 2010, se estima que hubo 5000 espectadores en el transcurso de los 4 días de duración, incluyendo participantes, invitados y el público general. Coincide con la cantidad reportada en el 2009, que fue utilizada para calcular la muestra de las encuestas. Tomando como margen de error un 4%, con una población de 5000, fue necesario encuestar 112 personas.

Teniendo en cuenta los resultados arrojados por las encuestas realizadas a los espectadores el 86% de los mismos eran residentes y el 14% no residentes. Representando 4299 y 701 personas respectivamente.

De los 701 no residentes el 7% (47 Pax) son excursionistas y el 93% (654 Pax) turistas, cuya distinción se mencionó con anterioridad. El 66,67% ya había vendido en alguna ocasión a la ciudad, y tenía conocimiento del evento. Los motivos principales del viaje son el descanso y la celebración del evento.

El medio de transporte principalmente utilizado es el automóvil propio seguido por el micro. La publicidad y los familiares y amigos son las principales fuentes de información para elegir el viaje, siendo este organizado por la totalidad en forma personal.

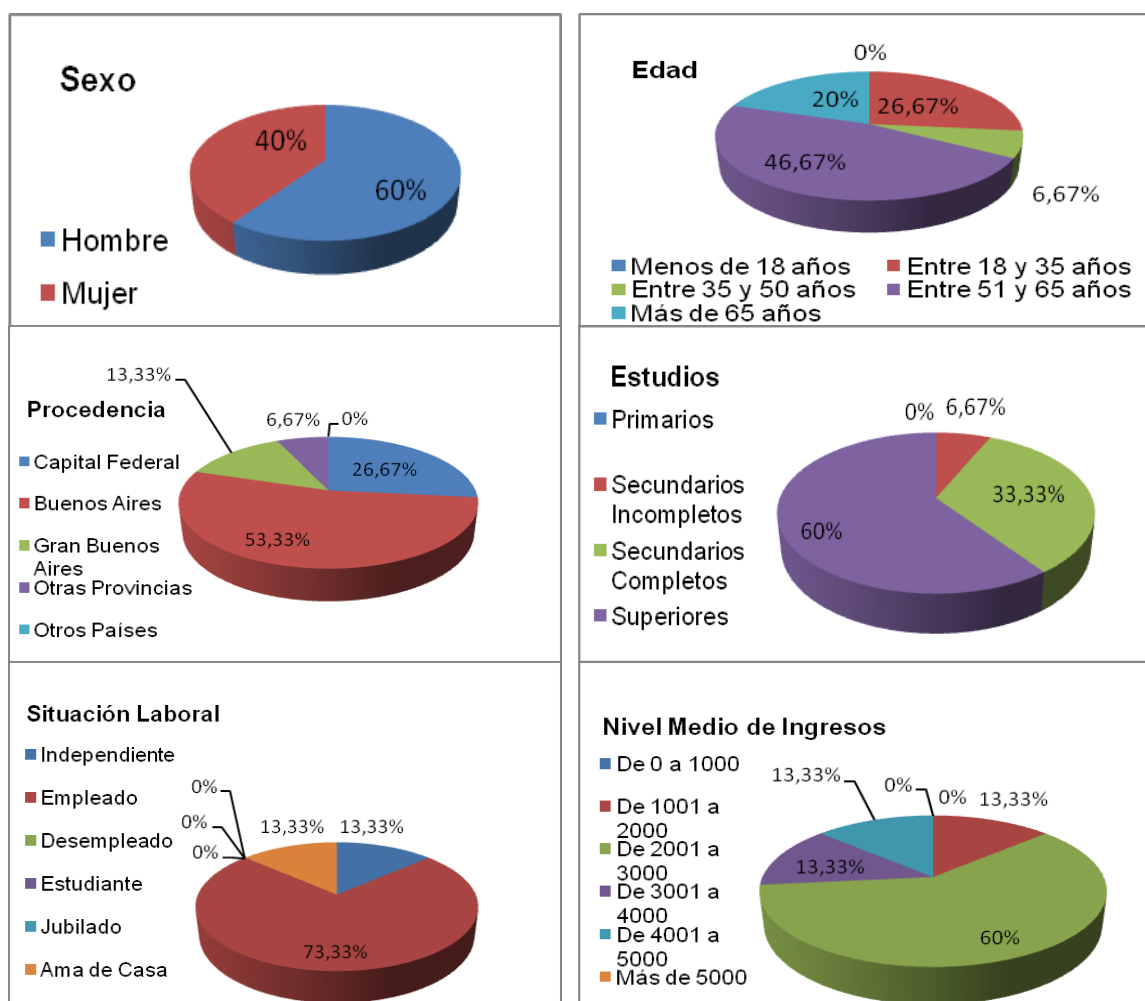
La estadía promedio estimada en 2,9 días tiene como fundamental factor determinante la finalización del evento. La forma de alojamiento más utilizada es la hotelería seguida por la casa de familiares y amigos.

En su mayoría provienen de ciudades de la provincia de Buenos Aires, con unos 66,67%, seguidos por Capital Federal con un 26,67 y otras Provincias con un 6,67%.

El 60% manifiesta estar muy satisfecho con el evento mientras que el 40% restante se muestra satisfecho.

Las características generales de los no residentes se detallan en los gráficos a continuación.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”



Efecto Directo

El efecto directo, considerándose como tal al monto total de los gastos incurridos por parte de los organizadores para poder concretar el evento, producidos en el año 2010 asciende a \$148.700, (Ver detalle de los gastos desglosados en Anexo IV – 2. /Versión resumida y extendida)

Para financiar las erogaciones mencionadas anteriormente, cuentan, todos los años, con un subsidio municipal y del Instituto Nacional del Teatro, este año en particular con una importante ayuda económica de IBERESCENA²⁴; y con el dinero proveniente de la venta abonos y entradas generales al público.

²⁴ Consiste en un Fondo Iberoamericano de ayuda que fue creado en noviembre de 2006 sobre la base de las decisiones adoptadas por la Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno celebrada en Montevideo (Uruguay), relativas a la ejecución de un programa de fomento, intercambio e integración de la actividad de las artes escénicas iberoamericanas.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”**Efectos Indirectos**

El efecto indirecto, proveniente de los gastos que realizan los espectadores no residentes durante el evento cultural generado por la edición 2010 es de \$249437,08.

Para poder obtener este valor los no residentes fueron indagados, a través de las encuestas, sobre sus gastos diarios desglosados en una serie de ítems (Ver Anexo II-1 /Versión resumida y extendida), de alojamiento durante su estadía en la ciudad. Esto arrojó como resultado que el gasto medio diario se estima en \$74,17, mientras que el gasto de alojamiento en \$55,51.

	Cantidad	Estadía	Gasto Medio Diario	Gasto Promedio Alojamiento	Gasto Medio Diario y Alojamiento	Total
Excursionistas	47	Menos 24hs.	\$74,17			\$ 3.485,99
Turistas	654	2,9	\$74,17	\$55,51	\$129,68	\$ 245.951,09
Importe Total						\$ 249.437,08

2.3- Encuentro Internacional Mototurístico de Semana Santa

El Encuentro Mototurístico se lleva a cabo en la ciudad durante Semana Santa desde hace 21 años. Sus creadores fueron la Agrupación G.A.M.A (Grupo Amigos de la Moto de Azul), pero en el año 2008 se disolvió. Para no perder esta tradicional fiesta algunos integrantes de la agrupación decidieron crear la Asociación Civil Sin Fines de Lucro “Quijotes en el Camino”, poniéndose al frente de la organización del evento.

La razón de ser este encuentro es convocar a los amantes de las motos, que se acercan de distintos puntos del país, y también de otros países, con lo que ha alcanzado la denominación de Internacional.

En el marco del encuentro tienen lugar diferentes actividades, entre ellas, una exposición de motos antiguas y modernas, demostraciones de destreza, caravanas por las calles de la ciudad y al sector de Boca de las Sierras y la Estación Pablo Acosta a 60km. de la ciudad, espectáculos artísticos, fogones y guitarreadas, concursos y entregas de premios, elección de la Reina, recitales de bandas locales y regionales, y stands de artesanos.

El escenario donde se realiza es el Camping Municipal ubicado en un sector del Balneario Municipal de la ciudad, a orillas del Arroyo Azul, donde la mayoría de los concurrentes no residentes se instala con sus carpas. Cuando ingresan, deben registrarse, y abonar un importe, que les da derecho al uso de las instalaciones del

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

camping. Les permite contar con una parcela para instalar la carpa o casilla, hacer usos de los servicios sanitarios, utilizar los fogones, se les entrega la leña gratis, y además disfrutar de todas las actividades y shows que se efectúen en el marco del evento.

El público local no debe abonar para acceder al camping, pudiendo recorrer el paseo de artesanos, mirar las motos y concurrir a los shows de manera gratuita.

Según datos reportados por la policía, en la edición 2010, aproximadamente 30.000 personas participaron del evento durante los 4 días. Entre ellos contabilizan a los no residentes, y también a los residentes que se hicieron presentes en el camping Municipal y en la Plaza San Martín, para concurrir a las distintas actividades y shows artísticos y musicales.

La muestra para realizar las encuestas fue calculada con el número de participantes que la agrupación organizadora considera hubo en el año 2009. Ellos lo calculan estimando la cantidad de motos que se presentan en la tradicional caravana desde el camping hasta la Plaza San Martín que reúne tanto a no residentes como a residentes. El número informado fue de 4000 personas, considerando un margen de error del 4%, el tamaño muestral se fijó en 111 encuestas.

Nuevamente para el año 2010 ellos estiman un número de 4000 personas, pero se ha optado por procesar los datos de las encuestas tomando el valor de 30.000 personas ya que el primero sólo integra la cantidad de motos presentes en la caravana a la plaza, mientras que el segundo engloba a quienes fueron al camping y la Plaza para participar de la programación durante los 4 días.

De los 111 encuestados el 63% eran residentes, mientras que el 37% eran no residentes, representando un total de 18.919 y 11.081 respectivamente. De estos últimos el 95% fueron turistas, y el 5% excursionistas. De todos ellos el 73,2% ya había venido a la ciudad en otra oportunidad.

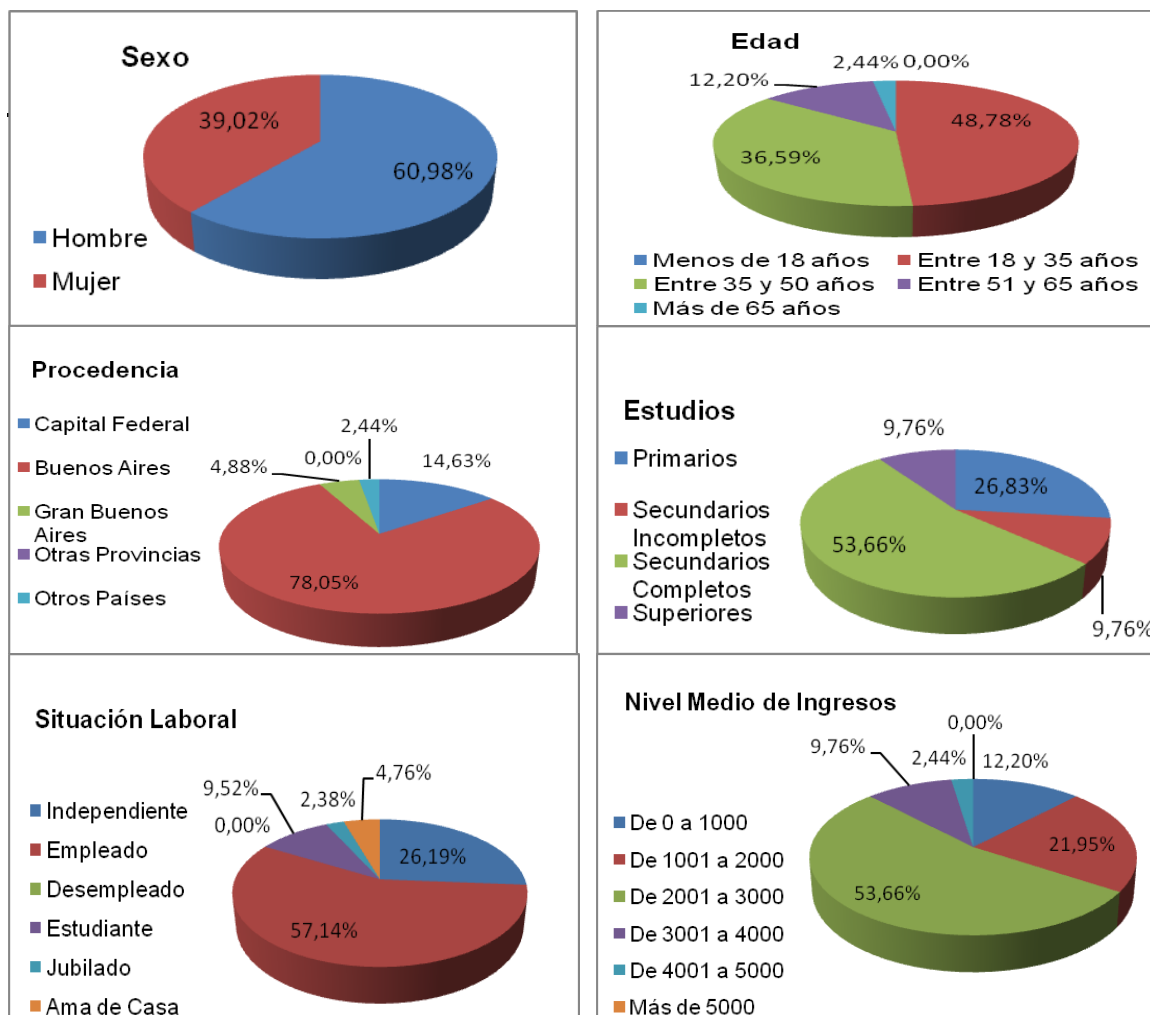
El medio de transporte más utilizado para venir a la ciudad fue, como era de esperarse, la motocicleta con un 76,7%, seguido por el automóvil propio con un 20,9%. El tipo de alojamiento más elegido fue el camping, donde se desarrolla la mayor parte de las actividades, con un 85% con un seguido por la hotelería con un 8% y la casa de familiares y amigos con un 3%. La estadía promedio se estimó en 2,48 días.

El principal medio de información utilizado para organizar el viaje fue la publicidad en primer lugar y la experiencia de viajes anteriores en segundo lugar. El 86,5% manifestó que el motivo principal del viajes fue la celebración del evento, el

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

87,8% tenía conocimiento del mismo; y el 53,7% se mostró muy satisfecho, el 43,9% satisfecho y el 2,4 medianamente satisfecho.

Las características generales de los no residentes se detallan en los gráficos a continuación.



Efecto Directo

El efecto directo, considerándose como tal al monto total de los gastos incurridos por parte de los organizadores para poder concretar el evento, producidos en el año 2010 asciende a \$27.628,24 Ver detalle de los gastos desglosados en Anexo V -2 /Versión resumida y extendida).

Para financiar estos gastos utilizan las entradas de dinero por la venta de publicidad a los comercios, para figurar en la cartilla del Encuentro, que luego venden a los no residentes que registran su moto en el camping generando otro ingreso. Otra entrada de dinero provienen del importe cobrado a quienes ganaron la licitación para armar una cantina en el camping, y el canon cobrado a los artesanos que instalan sus

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

puestos allí también. Además reciben un subsidio por parte de la Municipalidad de Azul.

Efectos Indirectos

El efecto indirecto, proveniente de los gastos que realizan los espectadores no residentes durante el evento cultural generado por la edición 2010 es de \$2.757.662,21.

Para poder obtener este valor los no residentes fueron indagados, a través de las encuestas, sobre sus gastos diarios desglosados en una serie de ítems (ver anexo II – 1 /Versión resumida y extendida), de alojamiento durante su estadía en la ciudad. Esto arrojó como resultado que el gasto medio diario se estima en \$77,27, mientras que el gasto de alojamiento en \$26,62.

	Cantidad	Estadía	Gasto Medio Diario	Gasto Promedio Alojamiento	Gasto Medio Diario y Alojamiento	Total
Excursionistas	541	Menos 24hs.	\$77,27			\$41.803,07
Turistas	10.541	2,48	\$77,27	\$26,62	\$103,89	\$2.715.859,14
Importe Total						\$2.757.662,21

2.4 – Fiesta Nacional de la Miel

La Fiesta Nacional de la Miel o “Expomiel” se realiza en la ciudad de Azul desde hace 23 años. Es organizada por el Centro de Apicultores de Azul, que se fundó en 1987, luego que 5 años antes un grupo de apicultores locales comenzara a reunirse y notara la necesidad de trabajar juntos para poder hacer compras comunitarias, charlas técnicas, entre otras realizaciones. Está conformado por apicultores locales, y su dirección está a cargo de una comisión.

Con la idea de lograr mejorar producción apícola, y que las empresas del país tuvieran un espacio donde exponer sus productos, surge la exposición. El objetivo inicial era vincular a los apicultores, conformar redes de contacto, promover el desarrollo de encuentros comerciales y divulgar los avances del sector. Una vez que esto se cumplió, se apuntó a consolidar la cadena productiva local, para luego poder competir con éxito en los mercados internacionales.

En poco tiempo la Expomiel se convirtió en la exposición apícola más importante del país, y en una de las más prestigiosas de Latinoamérica.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Los productores y los expositores que concurren toman conocimiento de las herramientas necesarias para aumentar la productividad de su empresa, de las nuevas medidas de seguridad sanitaria, normas jurídicas y reglamentaciones impositivas, y tienen la posibilidad de efectuar acuerdos comerciales.

Además, se dictan conferencias y charlas técnicas de interés para especialistas en apicultura, como así también para el público en general, cuya organización está a cargo del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, sección Apícola).

Los productores que estén interesados en exponer deben comprar un stand, por el que deben pagar un canon, cuyo importe va a depender del tamaño y localización del mismo dentro del predio donde se encuentran localizados.

Con relación al escenario donde se realiza, en general ha tenido lugar en el Balneario Municipal de la ciudad; pero en otras oportunidades, y en particular este año, se desarrolló en el Predio Ferial de la Sociedad Rural de Azul, ubicado sobre la Ruta Nacional N°3.

En cualquiera de los dos lugares mencionados anteriormente, además de las carpas para los Stands y que tengan lugar las charlas y conferencias, siempre se instalan puestos de artesanos, juegos infantiles, y un lugar donde comprar alimentos y bebidas.

Para publicitar la muestra actualmente cuentan con una Página Web, pero el boca a boca entre los expositores y productores, y la experiencia de viajes anteriores es el medio principal de información para los mismos.

Desde el comienzo han recibido el apoyo por parte de la Municipalidad de Azul que colabora de una u otra manera, y también de la comunidad local con su presencia año a año.

Este año en particular, la Municipalidad de Azul adquirió una carpa, para que se pudieran instalar los aproximadamente 100 Stands, y se la cedió a los organizadores para que la utilicen de ahora en más.

Además, Todos los años la Fiesta culmina con un espectáculo artístico, de cuya elección, contratación, y gastos que este podría generar (alojamiento y alimentación) se ocupa el Municipio. No ocurre lo mismo con los gastos producidos consecuencia de la elección de la Reina Nacional de la Miel, ya que el alojamiento y alimentación de las postulantes se encuentra a cargo del Centro de Apicultores.

El personal que trabaja durante los días en que se desarrolla la muestra, son miembros del Centro de Apicultores a los cuales se les asigna alguna tarea por la que son remunerados. Además, cuentan con la colaboración de estudiantes de la Facultad

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

de Agronomía, quienes se encargan de vender las entradas en la boletería, y de controlar los accesos al predio. A cambio reciben un porcentaje del importe recaudado con la venta de las entradas.

La Fiesta es financiada fundamentalmente con los ingresos de la venta de los Stands a los expositores, y el importe recaudado por las entradas que se cobra los productores y al público en general.

En la edición de este año 2010, se estima concurrieron aproximadamente 3.500 personas entre expositores, productores y público en general. Para efectuar el cálculo de la muestra para la encuesta que se realizó durante el evento, se tomó como población (N) a 15.000 personas, cuya cantidad figura en la Página Web cuando hace referencia a la concurrencia de años anteriores, y un margen de error del 4%, con lo cual se debieron efectuar 113 encuestas.

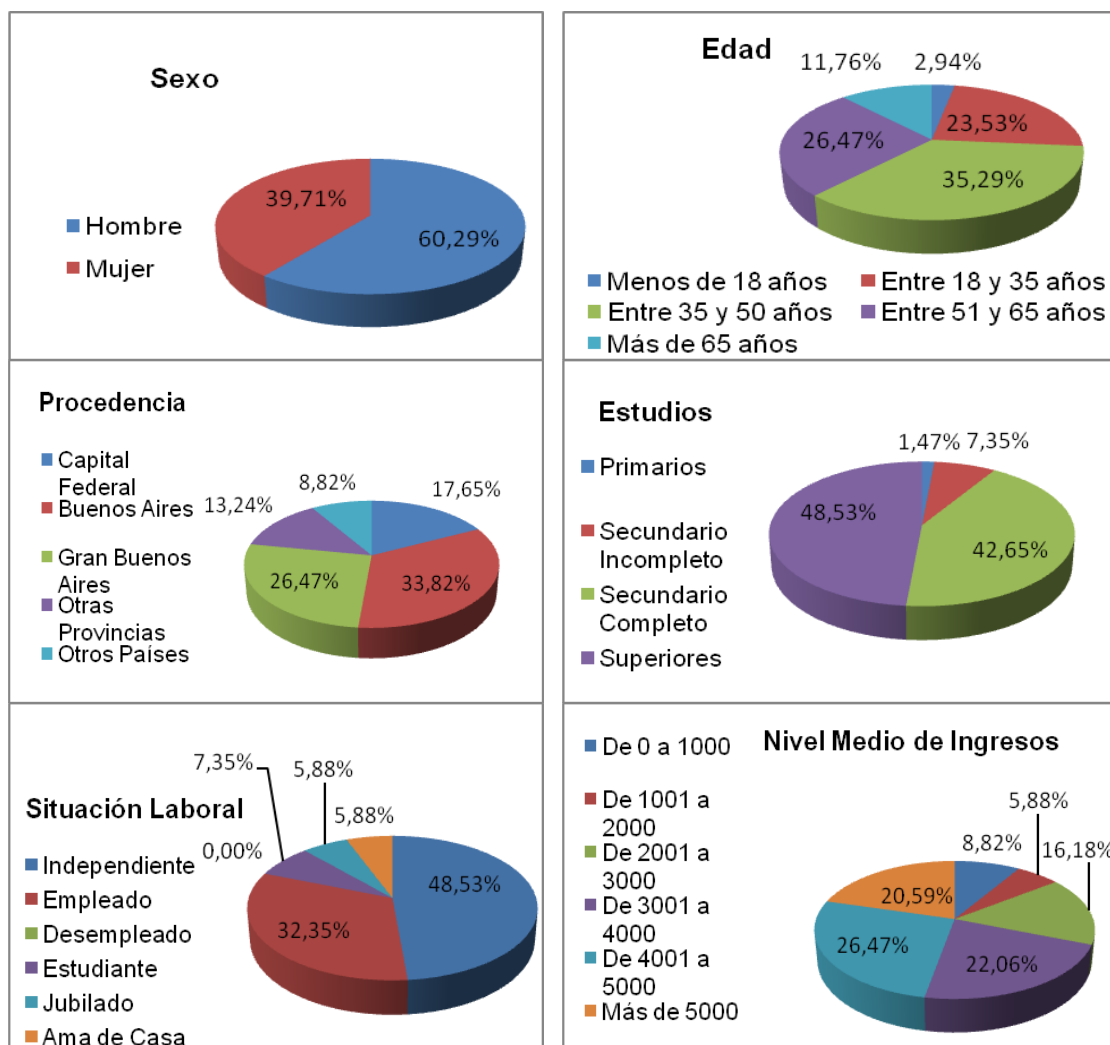
Según los datos arrojados por las mismas de los 113 encuestados el 40% eran residentes, mientras que el 60% eran no residentes, representando un total de 1.394 y 2.106 respectivamente. De estos últimos el 84% fueron turistas, y el 16% excursionistas. De todos ellos el 59% ya había venido a la ciudad en otra oportunidad.

El medio de transporte más utilizado para venir a la ciudad fue el automóvil propio con un 73,53%, seguido por el micro y otro medio de transporte (avión, combi) con un 14,71% y 11,76 respectivamente. El tipo de alojamiento más elegido fue el hotel con un 73,68%, seguido por la casa de familiares y amigos con un 19,30% y otro tipo de alojamiento (cabaña, Depto.) con un 07,02%. La estadía promedio se estimó en 1,64 días.

El principal medio de información utilizado para organizar el viaje fue la experiencia de viajes anteriores en primer lugar y la publicidad y a través de familiares y amigos en segundo y tercer lugar respectivamente. El 76,47% manifestó que el motivo principal del viaje fue la celebración del evento, el 77,94% tenía conocimiento del mismo; y el 67,65% se mostró muy satisfecho, el 20,59% satisfecho y el 11,76 medianamente satisfecho.

Las características generales de los no residentes se detallan en los gráficos a continuación.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”



Efecto Directo

El efecto directo, considerándose como tal al monto total de los gastos incurridos por parte de los organizadores para poder concretar el evento, producidos en el año 2010, no se pudo calcular debido a que no se tuvo acceso a los datos pertinentes para poder calcularlo.

Para financiar las erogaciones, utilizan el importe recaudado de la venta de los Stands a los expositores, y los ingresos por la venta de entradas a los productores y al público en general

Efectos Indirectos

El efecto indirecto, proveniente de los gastos que realizan los espectadores no residentes durante el evento cultural generado por la edición 2010 es de \$503.911,26.

Para poder obtener este valor los no residentes fueron indagados, a través de una encuesta, sobre sus gastos diarios desglosados en una serie de ítems (Ver Anexo II-1

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

/Versión resumida y extendida), y sobre el alojamiento durante su estadía en la ciudad. Esto arrojó como resultado que el gasto medio diario se estima en \$90,29, mientras que el gasto de alojamiento en \$73,16.

	Cantidad	Estadía	Gasto Medio Diario	Gasto Promedio Alojamiento	Gasto Medio Diario y Alojamiento	Total
Excursionistas	341		\$90,29			\$ 30.788,89
Turistas	1765	1,64	\$90,29	\$73,16	\$163,45	\$ 473.122,37
					Importe Total	\$ 503.911,26

3- Efectos Inducidos

3.1- Efectos Inducidos sobre la Producción y el empleo

Como se ha señalado en la metodología, los efectos inducidos derivan de las inyecciones en términos de gasto que suponen los efectos directos e indirectos, repercutiendo sobre el nivel de producción y empleo de las comunidades donde se hacen presente este tipo de eventos especiales.

Generalmente, para estimar estos efectos se utiliza el Análisis de Inputs-Outputs, pero como ya fue expuesto anteriormente, no existen Tablas Inputs-Output a nivel Local o provincial, las cuales son imprescindibles para poder aplicar tal análisis. Por esta razón, en el presente trabajo no se podrán medir tales efectos con exactitud, sólo se podrá hacer una estimación de los mismos, utilizando como alternativa, información de los Establecimientos comerciales y de servicios de la localidad recabada a través de una encuesta, en la cual se les consultará sobre su nivel de facturación, y repercusión sobre el empleo durante los días en que se desarrollan eventos especiales.

Para realizar el estudio se encuestaron en forma aleatoria 108 establecimientos comerciales y de servicios de los alrededor de 2000 que hay en la ciudad. Dicha cantidad fue determinada teniendo en cuenta un margen de error del 4%.

De la totalidad de empresas encuestadas (ver anexo VII – 1 /Versión extendida) el 46,3% eran establecimientos comerciales y el 53,7% restantes de Servicios. Los mismos se encuentran localizados en distintos puntos de la ciudad para poder abarcar la mayor cantidad de zonas posibles.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

El 85,2% manifestó que durante los días en que se desarrollan eventos en la ciudad notan un aumento en las ventas, sobre todo en los que se encuentran en las proximidades de donde se llevan a cabo los mismos.

Con respecto a la consulta de que evento influía más en sus ventas, de los enumerados en la encuesta, el Encuentro de Motos de Semana Santa, el Encuentro Internacional de Teatro “Otoño Azul” y la Fiesta Provincial de la Vaca fueron los más elegidos con un porcentaje similar entre uno y otro.

Entre los que menos influía, el mayor porcentaje fue para la Expomiel, seguido por el Festival Azul Rock, y el Encuentro de Hod Rods (autos antiguos). El primer caso puede deberse a que este año el evento se realizó en el predio de la Sociedad Rural de la ciudad que se encuentra sobre la Ruta Nacional Nro.3 con lo que se encuentra alejado del área comercial de la ciudad, sin incluir entre ellos a la hotelería y restaurantes que para esa fecha tuvieron un impacto positivo. (Ver detalle de los resultados de encuesta a los Establecimientos comerciales y de servicios en Anexo VII-1 /Versión extendida).

Con relación al empleo, el 94,4% no contrató personal extra durante los días en los que se llevaron a cabo ninguno de los eventos, mientras que el 5,6% restante sí debió hacerlo.

3.2- Otros Efectos Inducidos

Otros efectos inducidos a considerar son los impactos sobre la sociedad, derivados de la mejora de la imagen y promoción de la ciudad, de las mejoras en instalaciones e infraestructura, así como también de los recursos patrimoniales, del bienestar de la población en términos de empleo renta, y entre otras cosas.

Como ya fue explicado con anterioridad, la comunidad local, sobre la que recaen fundamentalmente estos efectos, será objeto de estudio para poder determinar su percepción y postura acerca de los eventos que se desarrollan en la ciudad. Dicho estudio se valdrá de información obtenida por medio de encuestas a los residentes dentro y fuera de los eventos, pudiendo, estos últimos, haber sido o no espectadores de algunos de los eventos.

3.2.1- Resultados de la encuesta realizada a los Residentes durante los eventos estudiados**Fiesta Provincial de La Vaca**

El 97% considera que el evento es importante para la ciudad, mostrándose el 100% a favor de que se siga realizando y promocionando. La mayoría asiste al evento todos los años, y durante todos los días de su duración; quienes van sólo algunos días exponen, principalmente, que su presencia depende del espectáculo y su disponibilidad de tiempo. El 72,5% alegó que el hecho de concurrir al evento aumenta sus gastos, debido a la compra de la entrada, alimentos y bebidas, y algún producto en el paseo artesanal.

El 27% de los presentes tenía algún familiar o conocido que había participado de alguna manera en la organización y desarrollo del mismo.

Con relación a su valoración sobre el evento el 51% considera que es Muy Bueno, mientras que el 48% que es Bueno, y solo el 1% que es Malo.

El 98,9% cree que el evento puede traer aparejados efectos sociales, y el 100% que puede generar efectos económicos. A continuación se exponen dos tablas con la valoración que los mismos dan a algunos de los efectos de que pueden presentarse.

<u>Valoración de los efectos Sociales</u>	0 a 10 Puntos
Aumento del reconocimiento, imagen y promoción de la ciudad	7,79
Representa un elemento de orgullo y satisfacción de los ciudadanos	4,52
Genera problemas de tránsito y seguridad	2,45
Altera la cotidianeidad y/o perjudica otras actividades	1,24
Se hace un mal uso de los recursos patrimoniales de la ciudad	1,05
Otros	1,00
<u>Valoración de los efectos Económicos</u>	0 a 10 Puntos
Mayor Actividad económica	2,08
Incremento del turismo durante y después del evento	7,42
Aumenta el empleo	6,97
Pérdidas económicas debido a que la inversión es mayor a los beneficios	1,75
Las ventajas económicas se concentran sólo en unas pocas empresas y personas	1,78
Otros	0,00

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Con respecto a su opinión sobre si creen que está bien que se efectúe gasto público para financiar este tipo de actividades, el 89% se mostró de acuerdo, e incluso el 45,7% cree que es necesario que se efectúe un apoyo aún mayor.

Encuentro Internacional de Teatro Otoño Azul

El 98% considera que el evento es importante para la ciudad, mostrándose el 100% a favor de que se siga realizando y promocionando. La mayoría asiste al evento todos los años, y durante todos los días de su duración; quienes van sólo algunos días exponen, principalmente, que su presencia depende del espectáculo y su disponibilidad de tiempo. El 28% alegó que el hecho de concurrir al evento aumenta sus gastos, debido a la compra de la entrada, alimentos y bebidas.

El 38,1% de los presentes tenía algún familiar o conocido que había participado de alguna manera en la organización y desarrollo del mismo.

Con relación a su valoración sobre el evento el 84% considera que es Muy Bueno, mientras que el 15% que es Bueno, y solo el 1% no dio su opinión.

El 100% cree que el evento puede traer aparejados efectos sociales, y que puede generar efectos económicos. A continuación se exponen dos tablas con la valoración que los mismos dan a algunos de los efectos de que pueden presentarse.

<u>Valoración de los efectos Sociales</u>	0 a 10 Puntos
Aumento del reconocimiento, imagen y promoción de la ciudad	2,69
Representa un elemento de orgullo y satisfacción de los ciudadanos	6,49
Genera problemas de tránsito y seguridad	1,00
Altera la cotidianeidad y/o perjudica otras actividades	1,04
Se hace un mal uso de los recursos patrimoniales de la ciudad	1,00
Otros	1,00
<u>Valoración de los efectos Económicos</u>	0 a 10 Puntos
Mayor Actividad económica	6,73
Incremento del turismo durante y después del evento	6,73
Aumenta el empleo	1,43
Pérdidas económicas debido a que la inversión es mayor a los beneficios	1,43
Las ventajas económicas se concentran sólo en unas pocas empresas y personas	1,09
Otros	0,00

Con respecto a su opinión sobre si creen que está bien que se efectúe gasto público para financiar este tipo de actividades, el 91,8% se mostró de acuerdo, el 1%

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

en desacuerdo, y el 7,2 no tenía una opinión formada al respecto. El 33,7% cree que es necesario que se efectúe un apoyo aún mayor, mientras que el 14,6 no cree lo mismo, y el 51,7 lo desconoce.

Encuentro Moto-turístico de Semana Santa

El 100% considera que el evento es importante para la ciudad, y se muestra a favor de que se siga realizándose y promocionándose. La mayoría asiste al evento todos los años, y durante todos los días de su duración; quienes van sólo algunos días exponen, principalmente, que su presencia depende del espectáculo y su disponibilidad de tiempo. Sólo el 2,9% alegó que el hecho de concurrir al evento aumenta sus gastos, debido a la compra de la entrada, alimentos y bebidas, y algún producto en el paseo artesanal.

El 22,9% de los presentes tenía algún familiar o conocido que había participado de alguna manera en la organización y desarrollo del mismo.

Con relación a su valoración sobre el evento el 64,3% considera que es Muy Bueno, mientras que el 34,3% que es Bueno, y solo el 1,4% que le parece regular.

El 88,6% cree que el evento puede traer aparejados efectos sociales, y el 100% que puede generar efectos económicos. A continuación se exponen dos tablas con la valoración que los mismos dan a algunos de los efectos de que pueden presentarse.

<u>Valoración de los efectos Sociales</u>	0 a 10 Puntos
Aumento del reconocimiento, imagen y promoción de la ciudad	7,79
Representa un elemento de orgullo y satisfacción de los ciudadanos	4,52
Genera problemas de tránsito y seguridad	2,45
Altera la cotidianeidad y/o perjudica otras actividades	1,24
Se hace un mal uso de los recursos patrimoniales de la ciudad	1,05
Otros	0,00
<u>Valoración de los efectos Económicos</u>	0 a 10 Puntos
Mayor Actividad económica	8,57
Incremento del turismo durante y después del evento	7,08
Aumenta el empleo	3,10
Pérdidas económicas debido a que la inversión es mayor a los beneficios	1,00
Las ventajas económicas se concentran sólo en unas pocas empresas y personas	1,00
Otros	0,00

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Con respecto a su opinión sobre si creen que está bien que se efectúe gasto público para financiar este tipo de actividades, el 82,9% se mostró de acuerdo, mientras que el 17,1% en desacuerdo. El 32,8% cree que es necesario que se efectúe un apoyo aún mayor, mientras que el 13,8 no cree lo mismo, y el 53,4 lo desconoce.

Fiesta Nacional de la Miel o Expomiel

El 100% considera que el evento es importante para la ciudad, mostrándose a favor de que siga realizándose y promocionándose. La mayoría asiste al evento todos los años, pero no lo hacen todos los días, alegando principalmente, falta de tiempo.

El 33%% manifestó al concurrir al evento aumentan su gastos, debido a la compra de la entrada, alimentos y bebidas, y algún producto en el paseo artesanal.

El 13.3% de los presentes tenía algún familiar o conocido que había participado de alguna manera en la organización y desarrollo del mismo.

Con relación a su valoración sobre el evento el 64,3% considera que es Muy Bueno, mientras que el 34,3% que es Bueno, y solo el 1,4% que le parece regular.

El 100% cree que el evento puede traer aparejados efectos sociales y económicos. A continuación se exponen dos tablas con la valoración que los mismos dan a algunos de los efectos de que pueden presentarse.

<u>Valoración de los efectos Sociales</u>	0 a 10 Puntos
Aumento del reconocimiento, imagen y promoción de la ciudad	6.75
Representa un elemento de orgullo y satisfacción de los ciudadanos	5.31
Genera problemas de tránsito y seguridad	1.00
Altera la cotidianeidad y/o perjudica otras actividades	1.00
Se hace un mal uso de los recursos patrimoniales de la ciudad	1.00
Otros	0.00
<u>Valoración de los efectos Económicos</u>	0 a 10 Puntos
Mayor Actividad económica	7.00
Incremento del turismo durante y después del evento	5.00
Aumenta el empleo	1.05
Pérdidas económicas debido a que la inversión es mayor a los beneficios	1.00
Las ventajas económicas se concentran sólo en unas pocas empresas y personas	1.18
Otros	0.00

Con respecto a su opinión sobre si creen que está bien que se efectúe gasto público para financiar este tipo de actividades, el 82,2% se mostró de acuerdo, mientras que el

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

06,7% en desacuerdo y el 11,1% no emitió opinión. El 22,2% cree que es necesario que se efectúe un apoyo aún mayor, mientras que el 26,7 no cree lo mismo, y el 51,1 lo desconoce.

El perfil de los residentes de cada evento se expone en los Anexos III-IV- V-VI-VII –7 /Versión extendida.

3.2.2- Resultado Encuesta a los Residentes de la Ciudad de Azul

Para poder indagar sobre el conocimiento, concurrencia y percepción que los residentes de la ciudad de Azul tienen sobre los eventos culturales que se realizan se encuestó a los mismos.

Se tomó una muestra de 114 personas teniendo en cuenta una población de 65.728, de acuerdo a la estimación realizada por el INDEC para Junio de 2010, y un margen de error del 4%.

De acuerdo a los datos arrojados de las encuestas el 100% de la población está de acuerdo con que se celebren este tipo de actividades.

El 97% de la población asistió a uno o más eventos, mientras que el 3% restante no fue a ninguno de ellos.

El promedio de asistencia de la población es de 1,70 eventos por año. El 48,25% asiste todos los años, el 43,86% lo hace a veces, el 6,14% no todos los años, y 1,75 nunca.

La razón principal por la que no concurren a determinados eventos es la falta de tiempo, seguida por la falta de interés.

Con relación a la consulta de a qué eventos habían concurrido durante este año, los que tuvieron mayor porcentaje de concurrencia fueron el Encuentro Mototurístico de Semana Santa, La Fiesta Provincial de la Vaca y el Encuentro Internacional de Teatro “Otoño Azul”. (Ver cuadro en Anexo VIII /Versión extendida).

De todos los eventos enumerados en la encuesta sólo el 1,75% de los encuestados desconocía alguno de los eventos.

El 100% de los encuestados está de acuerdo con que se lleven a cabo este tipo de eventos. El 92,8% cree que aumentan el reconocimiento e imagen de la ciudad, debido a que según lo manifestado, con la realización de los eventos la ciudad se hace más conocida, se vuelve más atractiva, crece culturalmente, y se atrae al turismo. El 82,46% piensan que representan un elemento de orgullo y satisfacción para los

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

ciudadanos, dado que pueden mostrar los atractivos de la ciudad a los visitantes que concurren con motivo de algún evento, y el hecho que éstos reconozcan y valoren la ciudad.

Con respecto a la consulta si creen que los eventos pueden llegar a producir efectos negativos en la ciudad y/o efectos económicos a continuación se presenta un cuadro a continuación. Para ver más detalles y las características generales de los encuestados ver Anexo VIII /Versión extendida.

Efectos Negativos	SI	NO	NS/NC
-Deterioro de los Recursos Patrimoniales utilizados en los eventos	8,8%	88,6%	2,6%
-Problemas de inseguridad	11,4%	85,1%	3,5%
-Congestión de tráfico	36,0%	61,4%	2,6%
Efectos Económicos	SI	NO	NS/NC
-Mayor Actividad económica	100%	0,0%	0,0%
-Incrementa la llegada de visitantes a la ciudad	99,1%	0,0%	0,09%
-Aumenta el empleo Temporal	61,4%	26,3%	12,3%

4 – Cálculo Efecto Multiplicador del Turismo

Como ya se expuso anteriormente en la Metodología, el multiplicador Keynesiano viene determinado por las características internas de la economía local. Se compone de tres elementos principales: la tasa de ahorro o su complementario, la propensión marginal a consumir - PMC - (c); la tasa de importación (m), que es la proporción de compras realizadas fuera de la economía local, y la presión fiscal externa (t), que determina la renta que realmente se gasta. La fórmula es: $MK = 1 / [1 - c (1 - t) + m]$.

Si aplicamos la fórmula a este caso de estudio sería:

$$c^* = 0,03375^{**}$$

$$m = 0,04^{**}$$

$$t = 0,1625^{**}$$

*Debido a que la PMC corresponde sólo a los turistas, aquí el efecto obtenido estaría refiriéndose sólo al turismo.

** (Ver Anexo VII /Versión resumida y/o Anexo IX- 5 /Versión extendida)

$$MK = 1 / [1 - c (1 - t) + m] \Rightarrow 1 / [1 - 0,03375 (1 - 0,1625) + 0,04] \Rightarrow$$

$$1 / [1 - 0,03375 (0,8375) + 0,04] \Rightarrow 1 / [1 - 0,028 + 0,04] \Rightarrow 1 / 1,012 \Rightarrow \mathbf{0,988}$$

Si multiplicamos el multiplicador con la inversión que debieron efectuar los organizadores de cada evento para poder afrontar los gastos que le demandó la realización de los eventos, obtenemos como resultado el efecto multiplicador generado como consecuencia de tales eventos.

Evento	Inversión	Efecto Multiplicador
Fiesta Provincial de la Vaca	\$957.018	\$945.533,78
Encuentro Internacional de Teatro "Otoño Azul"	\$148.700	\$146.915,6
Encuentro Mototurístico de Semana Santa	\$27.628	\$27.296,46
Fiesta Nacional de la Miel	No Informado	-----
Total	\$1.133.346	\$1.119.745,84

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1-Conclusiones

La realización de este trabajo ha tenido como objetivo fundamental investigar cuales son los efectos que se producen en la economía y en la sociedad de la ciudad de Azul, por la realización de Eventos Culturales. A su vez se plantearon una serie de objetivos específicos expuestos en el capítulo I.

Luego de este planteamiento, el paso siguiente fue establecer cuatro eventos que actuaran como muestra de la amplia y variada oferta de eventos que se desarrollan en la ciudad de Azul. De todos ellos se optó por La Fiesta Provincial de la Vaca, El Encuentro Internacional de Teatro “Otoño Azul”, El Encuentro Mototurístico de Semana Santa, y la Fiesta Nacional de la Miel o “Expomiel”. Los mismos fueron elegidos teniendo en cuenta que su objeto, características y públicos son disimiles entre ellos, y su trayectoria, dado que los cuatro eventos ya llevan unos cuantos años realizándose.

Una vez definidos los eventos a estudiar se procedió a establecer la metodología a emplear a lo largo del estudio. Para ello se hizo un repaso de la bibliografía y trabajos de investigación existentes en esta materia.

Para poder calcular los efectos económicos, se estableció aplicar el “Método de los Efectos”, explicado en el capítulo III del trabajo. Dicho método obliga a que se realice un importante trabajo de campo, efectuando encuestas y entrevistas, dada la cantidad de datos que éste demanda.

Para poder indagar sobre los efectos en la sociedad se procedió a efectuar una encuesta a los residentes tanto dentro como fuera de los eventos.

Una vez finalizada la recopilación y procesamiento de los datos necesarios para poder aplicar la metodología, se procedió a determinar los resultados.

Los cuatro eventos estudiados tienen una importante concurrencia de público, no sólo de residentes, sino que también de no residentes, entre los cuales se distinguen turistas y excursionistas, siendo los primeros la mayoría. Esto es considerablemente favorable, dado que los mismos efectúan un gasto mayor en la ciudad, al necesitar utilizar algún tipo de alojamiento.

En todos los eventos, los organizadores contaron con la ayuda de voluntarios durante los días en que se desarrolló el evento; y excepto El Encuentro de Teatro “Otoño Azul”, el resto se vio obligado a contratar personal remunerado para realizar

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

distintos tipos de actividades (seguridad, limpieza, venta de entradas, promoción, etc.). Esto último trae aparejado un incremento del empleo temporal.

El apoyo y colaboración por parte de la Municipalidad de Azul, ya sea con ayuda económica, o en forma de especies, estuvo presente en todos ellos. Esto demuestra el interés e importancia que ésta le otorga a este tipo de prácticas, que pueden contribuir al desarrollo del turismo, que ocupa un lugar prioritario dentro de la gestión actual, debido a que entienden que es un motor de desarrollo para las economías locales. También, es evidente, en el hecho que se prestan los espacios públicos para que se utilicen como escenario de los eventos. A su vez, algunos de los eventos reciben colaboración del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires y de otras instituciones.

Con relación al uso de los espacios públicos como escenarios de los eventos, siendo estos recursos patrimoniales y naturales de la ciudad, se toman las precauciones necesarias para que no se produzca ningún daño. En todos los eventos hay presencia de Bomberos, Seguridad y Servicio médico.

En el cuadro 1, que se presenta a continuación, se expone un resumen de los datos relevantes sobre los eventos estudiados.

<u>CUADRO 1</u>	Fiesta Provincial de la Vaca	Encuentro Internacional de Teatro “Otoño Azul”	Encuentro Mototurístico de Semana Santa	Fiesta Nacional de la Miel
Cantidad de Ediciones	7	11	21	23
Lugar donde se realiza	Parque Municipal de Azul	Teatro Español y Complejo Cultural (Ex cine San Martín)	Balneario y Camping Municipal	Espacio Ferial Sociedad Rural de Azul
Público	70.000	5.000	30.000	3.500
Residentes	55.877 (80%)	4.299 (86%)	18.919 (63%)	1.394 (40%)

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

No Residentes	14.123 (20%)	701 (14%)	11.081 (37%)	2.106 (60%)
Excursionistas	2456 (17%)	47 (7%)	541 (5%)	341 (16%)
Turistas	11.667 (83%)	654 (93%)	10.541 (95%)	1765 (84%)
Estadía Promedio	1,8 días	2,9 días	2,48	1,64
Gasto Medio Diario por PAX (sin alojamiento)	\$106,58	\$74,17	\$77,27	90,29
Gasto Promedio de alojamiento por PAX por día	\$48,86	\$55,51	\$26,62	73,16
Gasto Medio Diario por PAX incluyendo el alojamiento	\$155,44	\$129,68	\$103,89	163,45
Personal Remunerado	SI	NO	SI	SI
Voluntarios	SI	SI	SI	NO
Participantes No Residentes (Músicos, Actores, Humoristas, Expositores, entre otros)	SI	SI	SI	SI
Gastos Participantes No Residentes (Alojamiento y Alimentación) – a cargo de los organizadores del evento.	SI – (Incluidos en Efectos Directos)	SI – (Incluidos en Efectos Directos)	SI – (Incluidos en Efectos Directos)	SI – (Incluidos en Efectos Directos)

Es evidente que estos eventos se han convertido en un elemento de atracción de visitantes, propiciando efectos económicos. Tales efectos están conformados por las cuantías de gastos efectuados por los principales sujetos que intervienen en cada evento estudiado. Por un lado los organizadores como productores del evento (Directos); y por el otro, el público asistente, como demanda o consumidores del evento (Indirectos).

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

El importe total de los Efectos Directos asciende a \$1.133.346,24 y el de los Efectos Indirectos a \$7.107.134,03. Podemos apreciar que estos últimos son casi un 500% mayor, lo que significa que el efecto generado por la demanda es mucho mayor que el efecto que se genera con la organización del evento.

Por último, la suma de los efectos directos e indirectos, representando la “producción” y “demanda” de los eventos, escala a un importe de \$8.240.480,27.

En el Cuadro 2 que se expone a continuación se presentan en forma detallada dichos efectos con sus importes correspondientes por cada evento.

Efectos Directos	Importe
-Fiesta de la Vaca	\$ 957.018,00
- Encuentro Internacional de Teatro “Otoño Azul”	\$ 148.700,00
- Encuentro Mototurístico de Semana Santa	\$ 27.628,24
- Fiesta Nacional de la Miel	No Informado
Total Efectos Directos	\$ 1.133.346,24
Efectos Indirectos	Importe
-Fiesta Provincial de la Vaca	\$ 3.596.023,74
• Excursionistas	\$ 261.760,48
• Turistas	\$ 3.264.333,26
-Encuentro Internacional de Teatro “Otoño Azul”	\$ 249.437,08
• Excursionistas	\$ 3.485,99
• Turistas	\$ 245.951,09
- Encuentro Mototurístico de Semana Santa	\$ 2.757.662,21
• Excursionistas	\$ 41.803,07
• Turistas	\$ 2.715.859,14
- Fiesta Nacional de la Miel	\$ 503.911
• Excursionistas	\$ 30.788,89
• Turistas	\$ 473.122,37
Total Efectos Indirectos	\$ 7.107.034,03
TOTAL EFECTOS DIRECTOS E INDERECTOS	\$ 8.240.480,27

Con relación a los efectos inducidos sobre la producción y el empleo, el 82,20% de los establecimientos comerciales y de servicios encuestados manifestó que durante los días en que se desarrollan eventos en la ciudad notan un aumento en las ventas, mientras que el 94,4% indicó no haber contratado personal extra durante esos días, alegando que pudieron arreglarse con el personal estable con el que cuentan. El 5,6% que sí lo hizo, correspondía en su mayoría al rubro Hotelería y Restauración.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

De acuerdo a los cálculos efectuados el multiplicador del turismo es de 0,988 para todos los eventos. Dado que es menor a la unidad, se considera que el efecto multiplicador es contractivo. Esto se debe a que, si bien los gastos que efectúan los turistas que asisten a la ciudad generan un efecto positivo, este se ve contrapuesto o neutralizado por la presión fiscal y la necesidad de importar bienes y servicios.

Con respecto a las repercusiones que este tipo de actividad tiene sobre la comunidad local, de la información que se obtuvo de las encuestas realizadas a los mismos, la mayoría de los residentes está de acuerdo que se lleven a cabo este tipo de eventos, ya que creen que traen aparejados beneficios económicos y sociales para la ciudad. Son asiduos concurrentes a los mismos, con un promedio de asistencia de 1,70 eventos por año, manifestando en su mayoría, que los eventos son muy buenos. Además, Consideran que aumentan el reconocimiento e imagen de la ciudad, y que son un elemento de orgullo y satisfacción para ellos.

A su vez, alegan que su concurrencia a los eventos aumenta el gasto en actividades de ocio, debido a la adquisición de las entradas para los eventos, y a la compra de alimentos y algún producto artesanal en los mismos.

Como una segunda mirada más profunda, no se puede dejar de mencionar, que esta es la primera medición que se efectúa en la ciudad sobre éste tipo de prácticas; y que las encuestas, utilizadas como metodología para recabar los datos necesarios para determinar los resultados, admiten un margen de error del 4%, lo que puede tener una incidencia en los resultados finales presentados anteriormente.

Finalmente, se puede decir que en la ciudad de Azul, los eventos que se desarrollan tienen un impacto sociocultural positivo. Esto hace que sea indudable la conveniencia e importancia para la ciudad de la realización de los mismos si tenemos en cuenta dicho impacto. No siendo así en el caso de las repercusiones económicas, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos el impacto del turismo es levemente contractivo, debido a que como el multiplicador turístico es menor a la unidad, su efecto sobre la inversión realizada por los organizadores de los eventos no es considerablemente relevante. Como se explicó anteriormente, esto se debe a que los ingresos provenientes de los gastos efectuados por los turistas se ven contrarrestados por la presión fiscal y las importaciones. Por esta razón, es discutible la real conveniencia e importancia que en materia económica tiene este tipo de actividad en esta localidad, abriéndose así un espacio para reflexiones futuras sobre esta cuestión. De todas maneras, por más que los beneficios económicos producidos por los eventos no sean cuantiosos, éstos hacen su aporte, aunque sea mínimo, en la actividad

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

económica global de la región. Además, hay que tener presente que el multiplicador no está incluyendo a los residentes, mientras que en el análisis de los efectos directos e indirectos sí se los incluye, y los resultados son alentadores. Con esto se quiere decir, que puede que sea más importante el efecto generado por la comunidad local que por los visitantes.

Por todo lo explicado anteriormente se puede afirmar que la realización de Eventos Culturales genera beneficios económicos y sociales en las ciudades en las que tienen lugar.

2 – Recomendaciones

Si bien los resultados de los eventos son positivos, tanto en términos económicos, sociales y de atracción al turismo, no hay que conformarse con ellos, hay que seguir trabajando y haciendo cosas para mejorar, de manera que estos eventos crezcan, perduren en el tiempo, y se pueda brindar a los concurrentes, ya sean residentes o no residentes, un producto de calidad.

Es por esta razón que los organismos públicos, en este caso el Municipio de la Ciudad debería seguir apoyando e incentivando la realización de este tipo de actividad como lo ha hecho hasta ahora, aportando no sólo ayudas económicas, sino que también involucrándose en la promoción, cediendo espacios públicos para que sirvan de escenario a los eventos, o con algún otro aporte en forma de especie que permita sumar. También, sería fundamental que se brinde a los organizadores asesoramiento y capacitación sobre el manejo y organización de eventos.

El Gobierno Provincial, si bien hace aportes económicos y de promoción, no lo hace para todos los eventos, con lo que sería conveniente que haga un aporte aunque sea mínimo, y no necesariamente económico, en todos los eventos, o al menos en los más relevantes.

En cuanto a las entidades u asociaciones propulsoras y organizadoras de los eventos estudiados, estas deberían seguir trabajando con responsabilidad y compromiso como hasta ahora, esforzándose para poder progresar y afianzar los eventos en el mercado.

Sería conveniente que entre ellas formen alianzas o se unan de alguna manera, para por ejemplo, acceder a precios más bajos o descuentos con proveedores de bienes y servicios, asegurándole a los mismos la contratación para todos los eventos. Esto es factible dado que muchos comparten ciertos bienes y/o

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

servicios como sonido, iluminación, escenarios, carpas, alimentación y bebidas, entre otros. También, sería favorable, que continúen entablando relaciones y/o alianzas con

organismos no gubernamentales para obtener algún tipo de aporte u colaboración, como es el caso del Instituto Nacional del Teatro y el Equipo Delta (Encuentro de Teatro “Otoño Azul”), y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y el Centro de Apicultores de Azul (Fiesta Nacional de la Miel).

Otro punto sumamente importante es que se trabaje de manera que no se genere un impacto negativo en la comunidad local como consecuencia de los eventos. Por parte de los organizadores, estos deberían tomar todos los recaudos y medidas necesarias para que los espacios públicos utilizados para desarrollar los eventos no sufran ningún tipo de daño ni deterioro, y en caso que llegara a producirse alguno de estos hechos ellos mismos deberían hacerse cargo de su restablecimiento. Por parte del Municipio, éste debería exigir y controlar que suceda lo dicho anteriormente. Además, en caso de ser necesario, tendrían que tomar medidas para organizar el tráfico vehicular en las inmediaciones de donde se realiza el evento, para que no se generen congestionamientos de tránsito, que puedan llegar a perjudicar a residentes ajenos a éste, que van transitando por el lugar.

Y por último, la comunidad local, pieza fundamental en los eventos, debería seguir acompañando y participando, con su concurrencia como hasta ahora. Pero para ello los organizadores deberían asegurarles un producto mejorado, renovado, y de calidad año a año.

Bibliografía

- Sancho Amparo. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid, España. OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2002). *Turismo Panorama 2020*. Madrid, España. OMT.
- Hernández Sampieri, Roberto y otros (1997). *Metodología de la Investigación*. Colombia. Ed. McGraw-Hill.
- Lluís Bonet i Agustí. “*Turismo Cultural: una reflexión desde la ciencia económica*”. [En línea]. Comunicación cedida al portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Sección Análisis Sectoriales: Estudio sobre “Turismo y Cultura”. Publicación Junio de 2003. <<http://www.gestioncultural.org>>. [Consulta 04 de Septiembre de 2008].
- L. Palma Martos, M.L Palma Martos, A. García Sánchez, G. Franco Casillas. (2005). “*Propuesta metodológica para la evaluación del impacto económico de las Fiestas de Primavera en la ciudad de Sevilla*”. [En Línea]. Oikos, Observatorio Andaluz para la Economía de la Cultura y el desarrollo. http://www.oikos.org.es/mnu_activ/estud/fiestas_primav.pdf. [Consulta: 05 de Enero de 2010].
- SINCA (Sistema de Información Cultural de Argentina). (2009). “Fiestas Populares y Festivales”. [En Línea]. Boletín Informativo del Laboratorio de Industrias Culturales. Año 4. N°17. < www.lic.cultura.gov.ar/investigaciones/click/CLICK4-17-Fiestas_y_Festivales.pdf > [Consulta: 29 de Agosto de 2010].
- Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, denominada en adelante “la UNESCO”, en su 32ª reunión, celebrada en París del veintinueve de septiembre al diecisiete de octubre de 2003.
- Bernadette Quinn, Dublin Institute of Technology. (2009). “Festivals, Events and Tourism”. [En Línea]. Arrow@dit. www.arrow.dit.ie/tfschhmtbook/1. [Consulta: 20 de Septiembre de 2010].
- Peter H. Hackbert, & Berea College. (2009). “Economic Impact of Appalachian Festivals”. [En Línea]. ASBBS (American Society of Business and Behavioral Sciences). Annual Conference: Las Vegas. Volumen 16 N°1. < www.asbbs.org/files/2009/PDF/H/HackbertP.pdf >. [Consulta: 20 de Septiembre de 2010].

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- Economía de la Cultura en Castilla y León Luís Herrero P. Turismo Cultural y Museos María Sanz D. Ignacio González José Sanz L. Gestión Turística. Nº 5 Vol. 2 ISSN 0717 – 1811 Pag. 77 – 105).
- HERRERO P, Luis, SANZ D, María, GONZALEZ, Ignacio et al. (1998). “Economía de la Cultura en Castilla y León: Turismo Cultural y Museos”. [En Línea]. Gestión turística (Valdivia) N°3, p.77-105. <http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-64281998000200005&lng=es&nrm=iso>. ISSN 0718-6428. [Consulta: 25 de Junio de 2010].
- Analistas Económicos de Andalucía. “Efectos Socioeconómico la Semana Santa en Córdoba”. [En Línea]. Analistas Económicos de Andalucía. <www.economiaandaluza.es/publicaciones/efectos-socioeconomicos-semana-santa-ciudad-cordoba> ISBN: 978-84-92443-06-2. [Consulta: 22 de Enero de 2010].
- Probaditas Turísticas de Turismo y Más. (2011). “Produciendo Los Grandes Eventos”. [En Línea]. Informe mensual “Tourism and More”. Publicación Enero de 2011. <<http://www.tourismandmore.com/Tidbits%20in%20Spanish.htm>>. [Consulta: 14 de Enero de 2011].
- Página Web Oficial de la Ciudad de Azul. <http://www.azulesturismo.com.ar>
- Página Web de la Ciudad de Azul. <http://www.turismoenazul.com.ar/>
- Página Web Fiesta Provincial de la Vaca. <http://www.fiestadelavaca.com.ar/>
- Página Web Encuentro Internacional de Teatro “Otoño Azul”. <http://www.encuentroazulteatro.com.ar/>
- Página Web Fiesta Nacional de la Miel o “Expomiel”. <http://www.expomielazul.com/>
- Instituto Nacional de Censos y Estadísticas de la República Argentina. <http://www.indec.mecon.ar/>

ANEXOS

Versión resumida en papel

Anexo I: Decreto 1771/06.....	60
--------------------------------------	-----------

Anexo II: Modelo de Encuestas

1 - Encuestas a Residentes y No Residentes Durante los Eventos.....	66
2- Encuestas a Residentes de la Ciudad Azul.....	69
3- Encuesta a Establecimientos Comerciales y de Servicios de la Ciudad de Azul.....	72

Anexo III: Fiesta Provincial de la Vaca

1- Entrevista a los organizadores.....	73
2- Detalle Gastos Directos e Ingresos.....	77
3- Gasto Promedio de Alojamiento por Turista y Cálculo Estadía Promedio.....	79
4- Gasto Medio Diario por No Residente.....	80

Anexo IV: Encuentro Internacional de Teatro Otoño Azul

1- Entrevista a los organizadores.....	83
2- Detalle Gastos Directos e Ingresos.....	89
3- Gasto Promedio de Alojamiento por Turista y Cálculo Estadía Promedio.....	90
4- Gasto Medio Diario por No Residente.....	91

Anexo V: Encuentro Mototurístico de Semana Santa

1- Entrevista a los organizadores.....	93
2- Detalle Gastos Directos e Ingresos.....	97
3- Cálculo Gasto Promedio de Alojamiento por Turista y Cálculo Estadía Promedio.....	98
4- Gasto Medio Diario por No Residente.....	100

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Anexo VI: Fiesta Nacional de la Miel

1- Entrevista a los organizadores.....	102
2- Detalle Gastos Directos e Ingresos.....	106
3- Gasto Promedio de Alojamiento por Turista y Cálculo Estadía Promedio.....	106
4- Gasto Medio Diario por No Residente.....	108

Anexo VII: Cálculo Multiplicador Keynesiano.....111

Anexo I: Decreto 1771/06

Azul, Diciembre 14 de 2006

DECRETO 1771/06

VISTO la necesidad de reglamentar el trámite de solicitud de autorización municipal para la realización de eventos públicos, a fin de que esas actividades se enmarquen en las disposiciones legales vigentes respecto a la seguridad de los asistentes. Y **CONSIDERANDO:** Que la organización de eventos públicos se incrementa día a día y q impacta positivamente en el fortalecimiento de actividades turísticas.

Que surgen innumerables conflictos e imprevistos a partir de organizaciones mal planificadas.

Que se debe dar cumplimiento a las disposiciones del Decreto Provincial N° 12/2005 que establece requisitos en materia de seguridad para establecimientos que funcionen como confiterías bailables, discotecas, clubes, bares, etc. Y su norma complementaria, la Resolución Provincial N° 2.740/2003- de Normas de Seguridad Antisiniestral, SENASA, SADAIC, ADICAPIF Y CECA, entre otros.

Que las solicitudes de permiso frecuentemente se presentan el mismo día de realización del evento.

Que muchas de las instituciones organizadoras no demuestran fehacientemente el cumplimiento de la normativa existente ni de los requisitos exigidos por el Registro de Entidades de Bien Público Municipal.

Que algunas organizaciones han evidenciado que no forman parte de una entidad o ésta no está normalizada.

Que es necesario divulgar y comunicar eficazmente a las instituciones involucradas los requisitos a cumplimentar para obtener la autorización municipal pertinente para la organización de espectáculos públicos y las razones que los hacen exigibles.

Por ello, El Intendente Municipal del Partido de Azul

DECRETA

ARTICULO 1º.- INSTITÚYESE PARA EL Partido de Azul la Guía de Trámite para la Solicitud de Autorización Municipal de Eventos Públicos, cuyo Reglamento (RAEP) forma parte del presente como ANEXO I. El mismo entrará en vigencia a partir de la publicación del presente.-

ARTICULO 2º.- APRUEBANSE el Modelo de Formulario de Solicitud de Autorización y el Modelo de Certificado de Autorización, que forman parte del presente como ANEXOS II y III.

ARTICULO 3º.- DESIGNASE a la Dirección de Control Urbano y Medio Ambiente, dependiente de la Subsecretaría de Gobierno Municipal, como Órgano de aplicación del RAEP.

ARTICULO 4º.- El Departamento de Comunicación Social implementará un Plan de Comunicación de ese Reglamento como asimismo de las disposiciones del Registro de Entidades de Bien Público, del Decreto Provincial Nº 12/2005 y de la Resolución Provincial Nº 2.740/2003, del Registro de Expendedores de Bebidas Alcohólicas (REBA) Y de la Ordenanza de Ruidos Molestos, que comprenda a todas las Instituciones Intermedias de Azul, a través de comunicaciones escritas, folletos, página Web, charlas y todo otro medio que contribuya a la divulgación eficaz de la información y minimización de conflictos por desconocimiento de las normas.-

ARTICULO 5º.- Comuníquese, regístrese, publíquese, tomen conocimiento quienes corresponda y gírense las actuaciones Letra S-2186/06, a la Subsecretaría de Gobierno.

Fdo.: Sr. Claudio Jesús MOLINA

Secretario General

Fdo.: Dr. Omar Arnaldo DUCLOS

Intendente Municipal

ANEXO I DEL DECRETO N° 1771/06

Reglamento para la Solicitud de AUTORIZACION Municipal de Eventos Públicos (RAEP).

ARTICULO 1º.- SE define como Evento Publico (EP) a toda reunión, función, representación, acto social o deportivo u otro de cualquier género que tenga como objetivo el esparcimiento o recreación y se efectué en lugares de acceso público abiertos o cerrados y que se realicen por única vez o de manera discontinua. -

ARTICULO 2º.- TODO EP deberá contar con la correspondiente autorización, que será emitida en forma previa a la realización del evento por la Subsecretaria de Gobierno Municipal, una vez cumplimentados todos los requisitos para su otorgamiento. -

ARTICULO 3º.- EL formulario de Solicitud de Autorización será provisto por la Dirección de Control Urbano y Medio Ambiente, sita en Avda. Mitre 965 o accediendo a la página Web municipal. -

ARTICULO 4º.- LA Solicitud deberá presentarse en la Mesa de Entrada y Salidas de la Municipalidad con una antelación a la realización del evento de catorce (14) días hábiles, con el objeto de posibilitar al Municipio la constelación del cumplimiento de los requisitos establecidos en el presente. -

ARTÍCULO 5º.- SON requisitos obligatorios para l obtención de la Autorización:

- a. Prestar el Formulario de Solicitud Completo (sin omitir ningún dato)
- b. El lugar de realización del EP deberá contar con Habilitación Municipal y se realizara en un espacio público abierto, con la anuencia de la Municipalidad de Azul otorgada por escrito.
- c. Si el solicitante no fuera propietario del establecimiento deberá acreditar la cesión del inmueble a su favor (comprobante del alquiler).

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

d. De organizarlo una empresa, presentar la Constancia de Inscripción ante la AFIP y en el Impuesto sobre los ingresos Brutos.

e. De organizarlo una institución, acreditar el reconocimiento como Entidad del Bien Público otorgada por la Municipalidad. No obstante, la Municipalidad exigirá de considerarlo apropiado Memorias y Balances del último ejercicio.

f. Constancia de contratación del Seguro de Responsabilidad Civil (por el periodo de duración del evento) y su comprobante de pago.

g. constancia de cobertura médica (por el periodo de duración del evento) y su comprobante de pago.

g. Constancia de pedido de servicio policial.

Talonarios de Entradas conteniendo los siguientes datos: denominación del evento, nombre del organizador, fecha y hora de realización, numeración correlativa y valor de la entrada.

j. Presentar los comprobantes de pago de los cánones específicos para la actividad que realizara (SADAIC, ADICAPIF, SENASA, CECA u otras)

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

ANEXO II DEL DECRETO N° 1771/06

Formulario de Solicitud de Autorización para la realización de un Evento Público

Por favor, completar con letra imprenta clara y legible

Nombre del Organizador (particular, empresa o institución)			
Nombre del Responsable de la Organización			
Domicilio			
Ciudad			
Teléfono			
Correo electrónico			
Lugar de realización del Evento:			
¿Es un Espacio Cerrado?:	Si	N° de Habilitación Municipal (Entregar copia del Certificado)	
	No		
¿En espacio público abierto?	Si	¿Cuenta con permiso municipal para su realización?	Si
	No		No
(Entregar copia)			
¿Ha tomado los recaudos para el cumplimiento de normas respecto a ruidos molestos? (Ordenanza Municipal N° 1.466/96)	Si		
	No		
¿Se habilitará cantina durante el evento?	Si		
	No		
¿Cuenta con Licencia del REBA?	Si		
	No		
N° de Licencia:			
Por medio de la presente declaro conocer el contenido y exigencias del Decreto Provincial N° 12/05, de la Resolución Provincial N° 2.740/2003 y la Ordenanza Municipal N° 1466/96.			
Lugar y Fecha	Firma		
	Aclaración:		

ANEXO III DEL DECRETO N° 1771/06

Certificado de Autorización para la realización de Eventos Públicos

Por medio de la presente se extiende la autorización para la realización del evento público denominado:

que se llevará a cabo el/los día/s:

en el horario de:

organizado por:

Responsable de la organización

Cantidad de Números autorizados para la venta:
(en números y letras)

Prof. Jorge Ridao

Subsecretario de Gobierno

Municipalidad de Azul

Azul, _____ de _____ de _____

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Anexo II: Modelo de Encuestas

1 - Encuesta a Residentes y No Residentes durante los Eventos Tomados como muestra – Año 2010

A- Encuesta a los visitantes

- 1- Medio de Transporte utilizado para llegar a la ciudad:

a-Automóvil Propio	b-Vehículo Alquilado
c-Micro	d-Otro

- 2- ¿Es la primera vez que viene a la ciudad de Azul?

a- Sí b- No

- B bis - ¿En cuantas ocasiones ha venido? _____
¿Motivo? _____

- 3- ¿Qué medio de información utilizó para elegir su viaje a Azul?

a-Agencia de Viajes	b-Familiares/Amigos	c-Publicidad
d- Oficina de turismo	e-Experiencia de Viajes anteriores	

- 4- ¿De qué forma organizó su viaje?

a- A través de una Agencia de Viajes	b-Internet
c-Personalmente	d-Otra

Si 4 – a

- 5- ¿Qué Servicios contrató a través de esta organización?

a-Transporte	b-Alojamiento
c-Comidas	d-Excursiones

e-Otros _____

- 5 Bis- ¿Podría decir el coste de esos servicios?

- 6- ¿Ha venido usted sólo o con otras personas?

a-Sólo	b-Con familia/pareja	
c-Amigos	d-Otros	e-N.S/N.C

- 7- ¿Cuántos Tiempo va a permanecer en la ciudad?

a-Menos de 24hs.	b- Entre 1 o 2 días
c- Entre 2 y 3 días	d- Más días

- 8- ¿Por qué no va a quedarse más días en la ciudad?

- a- Dificultades con el alojamiento
b- Considera que es suficiente
c- Cuestión monetaria
d- Cuestión Laboral

- 9- ¿Qué tipo de alojamiento está utilizando?

a-Hotel	b-Casa de amigos/familiares	
c-Camping	d-Otro	e-N.S/N.C

- 9 Bis- ¿Podría decir el coste de esos servicios?

- 10- Me podría indicar, ¿Cuál está siendo el gasto medio diario? Sin incluir alojamiento.

a- Alimentos y Bebidas

Menos de \$50	Entre \$50 y \$100	Entre \$101 y \$125
Entre \$126 y \$150	Más de \$150	

b- Transporte y Estacionamiento

Menos de \$50	Entre \$50 y \$100	Entre \$101 y \$125
Entre \$126 y \$150	Más de \$150	

c- Excursiones y Paseos

Menos de \$50	Entre \$50 y \$100	Entre \$101 y \$125
Entre \$126 y \$150	Más de \$150	

d- Equipamiento Personal (Textil, calzados, etc.)

Menos de \$50	Entre \$50 y \$100	Entre \$101 y \$125
Entre \$126 y \$150	Más de \$150	

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

e- Bienes para el hogar

Menos de \$50	Entre \$50 y \$100	Entre \$101 y \$125
Entre \$126 y \$150	Más de \$150	

f- recuerdos u otros productos turísticos

Menos de \$50	Entre \$50 y \$100	Entre \$101 y \$125
Entre \$126 y \$150	Más de \$150	

g- Otros Bienes

Menos de \$50	Entre \$50 y \$100	Entre \$101 y \$125
Entre \$126 y \$150	Más de \$150	

11- En caso que no pueda estimar los ítems anteriores por separado.

¿Nos puede estimar el gasto medio diario “global”?

¿A cuántas personas cubren los referidos gastos?

12- ¿Cuál ha sido el motivo principal del viaje?

- a- Celebración del evento cultural
- b- Atractivos de la ciudad
- c- Precios razonables
- d- Descanso
- e- Patrimonio Cultural
- f- Otro _____

13- ¿Tenía conocimiento de la celebración de éste evento?

a-SI b- NO c- N.S/N.C

14- Indíquenos el grado de satisfacción de su estadía en Azul.

Muy Satisfecho	Satisfecho	Medianamente Satisfecho
Poco Satisfecho	Insatisfecho	N.S/N.C

B- Encuesta para los residentes

1-¿Considera que éste Evento Cultural es importante para la ciudad?

a-SI b- No
c- Más o menos d-N.S/N.C

2-¿Conoce a personas o familiares que participan activamente en el evento?

a-SI b- NO c- N.S/N.C

3-¿Cuál es su valoración del Evento?

a-MB	b-B	c-R
d-M	e-NS/NC	

4-¿Cree que el evento debe seguir realizándose y promocionándose periódicamente?

a-SI b – NO c- N.S/N.C

5-¿Asiste al evento todos los años?

a-SI b- NO c- N.S/N.C

6-¿Cuántos días asiste al evento?

a-Todos los días
b-No Todos los días

Si 6 b - ¿Por qué?

- a. Asisto sólo a los espectáculos que me interesan
- b- Por disponibilidad de tiempo
- c- N.S/N.C

7- ¿Influye la concurrencia al evento en sus gastos?

a-Aumentan b- No influye

8- ¿Considera que el evento cultural tiene repercusiones sociales en la ciudad?

a-SI b- NO c-N.S/N.C

Si 8 a – ¿Podría valorar los siguientes efectos sociales? De 0 a 10 puntos.

a-Aumento del reconocimiento, imagen y promoción de la ciudad	0 - 2	2 -4	4 - 6
	6-8	8-10	
b-Representa un elemento de orgullo y satisfacción de los ciudadanos	0 - 2	2 -4	4 – 6
	6-8	8-10	
c-Genera problemas de tránsito y seguridad	0 - 2	2 -4	4 – 6
	6-8	8-10	
d-Altera la cotidianeidad y/o perjudica otras actividades	0 - 2	2 -4	4 – 6
	6-8	8-10	
e-Se hace un mal uso de los recursos patrimoniales de la ciudad	0 - 2	2 -4	4 – 6
	6-8	8-10	
f-Otros	0 - 2	2 -4	4 – 6
	6-8	8-10	

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

9- ¿Considera que el evento cultural tiene repercusiones económicas en la ciudad?

a-SI b- NO c- N.S/N.C

Si 9 a- ¿Podría valorar los siguientes efectos económicos? De 0 a 10 puntos

a- Mayor Actividad económica	0 - 2	2 - 4	4 - 6
	6-8	8-10	
b- Incremento del turismo durante y después del evento	0 - 2	2 - 4	4 - 6
	6-8	8-10	
c- Aumenta el empleo	0 - 2	2 - 4	4 - 6
	6-8	8-10	
d- Pérdidas económicas debido a que la inversión es mayor a los beneficios	0 - 2	2 - 4	4 - 6
	6-8	8-10	
e- Las ventajas económicas se concentran sólo en unas pocas empresas y personas	0 - 2	2 - 4	4 - 6
	6-8	8-10	
f-Otros	0 - 2	2 - 4	4 - 6
	6-8	8-10	

10-¿Cree que está bien que se efectúe gasto público para celebrar este evento?

a-SI b- NO c- N.S/N.C

Si 10 a- ¿Cree que es necesario que se realice un mayor gasto público para tal fin?

a- SI b- NO c- N.S/N.C

¿Por qué?_____

C – Características Generales

1- Sexo:

Hombre	Mujer
--------	-------

2- Edad:

Menos de 18 años	Entre 51 y 65 años
Entre 18 y 34 años	Más de 65 años
Entre 35 y 50	

3- Procedencia

Capital Federal	Otras Provincias
Gran Buenos Aires	Otros Países
Pcia. De Buenos Aires	Residente Local
Ciudad:	

4- Estudios

a-Primarios	b-Secundarios Incompletos
c-Secundarios Completos	d-Superiores

5- Situación Laboral

a-Independiente	b-Empleado	c- Ama de casa
d-Desempleado	e-Estudiante	f-Jubilado

6- ¿Podría decirme cuál es su nivel medio de ingresos?

De 0 a 1000	De 1001 a 2000	De 2001 a 3000
De 3001 a 4000	De 4001 a 5000	Más de 5001

2 - Encuesta a Residentes de la Ciudad de Azul – Año 2010

Motivo: Indagar sobre su conocimiento, concurrencia y percepción sobre los eventos culturales que se realizan en la Ciudad.

1- ¿A cuáles de los siguientes eventos que se desarrollaron en la ciudad este año concurrió?

- Expo-miel
- Encuentro de Teatro Otoño Azul
- Encuentro Moto turístico
- Fiesta Nacional de la Vaca
- Azul Rock
- Encuentro Nacional de Hot Rods
- Otro/s

2- ¿A los mismos va todos los años?

a- Si	b-A veces	d-No	e-Nunca
-------	-----------	------	---------

¿Porqué?.....

3- ¿Desconocía la realización de algunos de los eventos mencionados anteriormente?

a- Si	b-No	c-NS/NC
-------	------	---------

Si la Respuesta es Si

Marque con una cruz el que corresponde

Expo - Miel	Encuentro Internacional de Teatro Otoño Azul	Encuentro Moto turístico de Semana Santa	Fiesta Provincial de la Vaca	Azul Rock	Encuentro Nacional de Hot Rod	Otro
-------------	--	--	------------------------------	-----------	-------------------------------	------

4- Razones por la que no asiste a determinados Eventos

- No le interesan
- Falta de tiempo
- Dificultad para trasladarse al sitio donde se realiza el evento
- Cuestión económica

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

5- ¿Está de acuerdo con que se desarrollen Eventos en la Ciudad?

a- Si	b-No	c-NS/NC
-------	------	---------

6- ¿Cree que la realización de este tipo de eventos aumenta el reconocimiento e imagen de la ciudad?

a- Si	b-No	c-NS/NC
-------	------	---------

¿Por qué?.....

7- ¿Cree que representan un elemento de orgullo y satisfacción para los ciudadanos?

a- Si	b-No	c-NS/NC
-------	------	---------

¿Por qué?.....

8- ¿Cree que alguno de los eventos que se desarrollan puede generar alguno de estos efectos negativos?

Si la Respuesta es "SI" indicar con una cruz cual/es de los eventos.	SI	NO	NS/NC	Fiesta Nacional de La Miel	Encuentro de Teatro Otoño Azul	Encuentro Moto turístico de Semana Santa	Fiesta Provincial de la Vaca	Azul Rock	Encuentro Nacional de Hot Rod	Otro
Deterioro de los Recursos Patrimoniales que son escenarios o son utilizados para desarrollar los eventos										
Problemas de inseguridad										
Congestión de tráfico										

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

9- ¿Cree que generan repercusiones económicas en la ciudad? Tales como:

Si la Respuesta es “SI” indicar con una cruz cual/es de los eventos.	SI	NO	NS/NC	Fiesta Nacional de la Miel	Encuentro de Teatro Otoño Azul	Encuentro Moto turístico de Semana Santa	Fiesta Provincial de la Vaca	Azul Rock	Encuentro Nacional de Hot Rod	Otro
Mayor actividad económica durante esos días en los establecimientos comerciales y de servicios de la ciudad										
Incrementa la llegada de visitantes a la ciudad										
Aumenta el empleo temporal										

10- Características Generales

A- Sexo

B- Edad:	Hombre	Mujer
----------	--------	-------

Menos de 18 años	Entre 51 y 65 años
Entre 18 y 34 años	Más de 65 años
Entre 35 y 50	

C- Estudios

a-Primarios	b-Secundarios Incompletos
c-Secundarios Completos	d-Superiores

D-Situación Laboral

a-Independiente	b-Empleado	c- Ama de casa
d-Desempleado	e-Estudiante	f-Jubilado

E-¿Podría decirme cuál es su nivel medio de ingresos?

De 0 a 1000	De 1001 a 2000	De 2001 a 3000
De 3001 a 4000	De 4001 a 5000	Más de 5001

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

3-Encuesta a los establecimientos comerciales y de servicios de la Ciudad de Azul para analizar la influencia de los Eventos Culturales en su actividad.

1- Rubro

Comercial	Servicios
-----------	-----------

¿Cuál?.....

2- Zona:.....

3- ¿Podría decirme si aumentan sus ventas los días en los que se desarrollan Eventos en la Ciudad? Ej. Encuentro de Motos, Expo miel, Otoño Azul, Fiesta Nacional de la Vaca, Festival cervantino, Azul Rock, etc.

a- SI	b- NO	c- NS/NC
-------	-------	----------

3- Bis - Si es SI la respuesta

a- ¿Cuáles de los Eventos que se realizan influye más en sus ventas?

Fiesta Nacional de la Miel	Encuentro Moto Turístico de Semana Santa	Encuentro Internacional de Teatro Otoño Azul	Fiesta Provincial de la Vaca
Azul Rock	Encuentro Nacional de Hot Rod	Otro	

b- ¿y cuáles menos?

Fiesta Nacional de la Miel	Encuentro Moto Turístico de Semana Santa	Encuentro Internacional de Teatro Otoño Azul	Fiesta Provincial de la Vaca
Azul Rock	Encuentro Nacional de Hot Rod	Otro	

4-¿Es necesario que contrate personal extra para alguno de los Eventos?

a- SI	b- NO
-------	-------

¿Por qué?.....

Anexo III – Fiesta Provincial de la Vaca

1 – Entrevista a los organizadores de la Fiesta Provincial de la Vaca

Organización: ACESTA (Asociación Civil de Eventos tradicionalista y Solidarios de Azul)

Entrevistado: Bertelli Hernán (Miembro de la Asociación)

- **¿Cómo surgió la idea de realizar esta fiesta? ¿Por qué eligieron ésta temática?**

Personalmente yo solía organizar en la ciudad de Laprida, de donde soy oriundo, festivales a beneficio de un jardín maternal. En el mismo se asaban vacas con cuero, que luego vendíamos fraccionada, y a ello se le sumaban espectáculos musicales, y juegos tipo Kermes.

En un momento dado, en el que el Hospital Municipal de la ciudad de Azul necesitaba ayuda, empezamos a buscar una alternativa para ayudar desde la radio (que tenían y siguen teniendo los organizadores), y se nos se ocurrió que podíamos organizar un festival de tales características.

Pensamos en contratar algún artista conocido que trajera público, y que no fuera muy costoso contratarlo, pero tuvimos la suerte de poder convocar a Sergio Denis y que este aceptara.

Con respecto al lugar primero pensamos en una plazoleta ubicada enfrente de la costanera, pero cuando se confirmó la presencia de Sergio Denis, nos dimos cuenta que ese lugar era chico, entonces pensamos en hacerlo en una cancha. Conseguimos la cancha del Club Athletic.

Decidimos hacer vacas asadas con cuero, y venderlas en una suerte de cantina dentro de la misma cancha. Además, incluimos un paseo artesanal, y convocamos otros artistas de distintos estilos.

La primera edición fue una de las que más convocó. Hicimos un single de la fiesta, que lo utilizamos todavía hoy. Ya en esa oportunidad hicimos publicidad en el Canal Crónica TV.

Al año siguiente no volvimos hacer la Fiesta, la retomamos al siguiente.

- **¿Recibieron apoyo de la Municipalidad cuando hicieron la propuesta de la Fiesta? ¿Y de la comunidad local?**

Sí, siempre

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- **¿Cuántas personas están a cargo de la organización?**

Al organizar el evento, surgió la necesidad de crear una entidad sin fines de lucro para contar con personería jurídica. Es así que formamos la Asociación Civil A.C.E.S.T.A (Asociación Civil de Eventos Solidarios y Tradicionalistas de Azul), en la cual trabajamos 4 personas, y lo hacemos ad honorem.

- **¿Por qué eligieron el Parque como escenario para realizarla?**

No lo elegimos, La Municipalidad lo cedió, y nosotros aceptamos.

- **Los espectáculos y demás actividades que se llevan a cabo ¿son elegidas y contratadas por ustedes mismos?**

Sí, las elegimos y contratamos nosotros

- **A la hora de elegir los show, ¿tienen en cuenta la opinión y lo que pide la gente?**

Si, tenemos cuenta los gustos de la gente y su opinión, pero por supuesto no podemos satisfacer a todos, y hacemos lo que está dentro de nuestras posibilidades.

- **¿Qué tipo de publicidad utilizan para dar a conocer la fiesta?**

Fundamentalmente a través de nuestra Radio, pero también hacemos publicidad en televisión a nivel nacional (Crónica TV), regional y local, en los diarios locales y regionales, y con Folletos, pancartas y afiches.

- **¿Se imaginaban que con sólo 7 años de realización iba a llegar a tener la repercusión que ha alcanzado en la actualidad?**

No la verdad que no lo esperábamos, pero trabajamos mucho, y nos esforzamos por superarnos en cada edición.

- **¿Reciben apoyo económico, de promoción u otro tipo por parte de la municipalidad y el Gobierno Provincial?**

Si, La Municipalidad de Azul colabora cediéndonos el espacio físico para hacer la fiesta (Parque Municipal de Azul), y aportando mano de obra.

Con respecto al Gobierno de la provincia, este año (2010) recibimos un subsidio para financiar la fiesta.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- **¿Qué tipo de financiación utilizan para organizar la fiesta?**

Para los gastos previos, cuyos proveedores no nos pueden esperar, utilizamos el dinero que ingresa por la venta de los abono, (permite a quien los compra acceder libremente a los espectáculos de la Fiesta durante los tres días, y a participar por importantes premios), por la venta de espacios (Parcela Stands de artesanos, comercios, y juegos), y la venta de publicidad a comercios para aparecer en la pantalla del escenario mayor durante los intervalos de los show. Luego una vez realizada la Fiesta contamos con el dinero proveniente de la venta de las entradas y de las sillas, de la venta en las cantinas, y del estacionamiento.

- **Los artistas locales que participaron en algún espectáculo, ¿Lo hicieron voluntariamente o reciben algún pago?**

Recibieron una remuneración, y/o un premio

- **Los artistas que vinieron de otras ciudades, ¿Lo hicieron de forma voluntaria o recibieron algún pago?**

Sí, a los artistas se le hizo un contrato, y quienes vinieron por el certamen de la canción participaron por un premio económico.

- **¿El alojamiento y la alimentación de los artistas no residentes está a cargo de ellos o de la Fiesta?**

Sí, nosotros nos hacemos cargo del alojamiento de todos ellos, excepto el de Los Nocheros (artistas contratados para el cierre 2010) que se hizo cargo la Municipalidad de Azul.

- **¿Contratan personal extra los días en que se desarrolla la Fiesta? ¿Hay voluntarios?**

Sí, este año contratamos alrededor de 90 personas, las cuales se encargaron de la venta entradas, seguridad y recepción de entradas y abonos en los distintos accesos, de controlar y cobrar el estacionamiento de vehículos en el Parque, de la limpieza, de promocionar la Fiesta los meses previos, así como también de vender la publicidad, de acomodar y vender sillas en los escenarios, y de atender las cantinas y de hacer el asado. Se les abonó entre \$1000 y \$2000 por los tres días.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

-Podría decirme ¿qué cantidad de personas concurrieron a la Fiesta durante los tres días?

Aproximadamente 70.000 personas

- ¿Podría decirme aproximadamente el monto de los gastos incurridos en la organización de la Fiesta?

Aproximadamente \$960.000

- ¿Podría detallarme los gastos incurridos en la organización de la Fiesta?

Ver Anexo III- 2

- ¿Cuántas entradas fueron vendidas? - Ver Anexo III-2

- ¿Cuántas de cada importe? - Ver Anexo III-2

- Los puestos de artesanos, juegos, comestibles y demás que se instalan en la Fiesta ¿deben pagar algún canon por hacerlo?

Sí, deben abonar un canon, cuyo promedio es de \$200

Con respecto al Parque

- ¿Qué precauciones toman para evitar incendios?

Contamos con la presencia de los Bomberos, y también contratamos médicos y ambulancias para que estén presentes en el Parque durante los tres días.

- ¿Contratan seguridad para evitar daños y desmanes?

Sí, contamos con presencia Policial. Además contratamos seguridad privada.

- ¿Contratan personal para efectuar la limpieza?

Sí, contratamos personal para que se ocupe de la limpieza

- ¿Tienen en cuenta los decibeles de la música para que no afecten la naturaleza y el vecindario?

Sí, incluso este año se contrató un servicio de sonido de última generación que tiene un sistema que a determinada distancia baja los decibeles considerablemente.

- ¿Piensan continuar organizando la Fiesta?

Sí, por supuesto, ya empezamos a organizar la del año que viene.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

2 –Detalle de Gastos Directos e Ingresos

GASTOS DIRECTOS	
Espacio Físico	
Infraestructura	\$ 36.160,00
Artistas	\$ 170.190,00
Alimentación y Bebidas	\$ 13.365,00
Alojamiento	\$ 11.810,00
Imprentas y Librerías	\$ 3.078,00
Publicidad y Difusión	\$ 72.028,00
Personal	\$ 78.680,00
Materiales de Ferretería y construcción	\$ 9.112,90
Escenario, Sonido, iluminación, entre otros	\$ 87.000,00
Impuestos y Seguros	\$ 123.800,00
Decoración	\$ 7.450,00
Filmación y Fotografía	\$ 10.770,00
Gastos Varios	\$ 297.046,60
Transporte, encomiendas y Fletes	969,6
Servicio de Sanidad	\$ 21.560,00
Seguridad	\$ 12.198,00
Pirotecnia	\$ 1.800,00
Gastos Totales	\$ 957.018,10

INGRESOS DETALLADOS			
Causa	Costo x Unidad	Vendidas	Total
Ilustración con Entradas x 6	\$ 250,00	\$ 1.329,00	\$ 332.250,00
Entrada Paseo Viernes y Sábado	\$ 3,00	\$ 9.469,00	\$ 28.407,00
Entrada Paseo Domingo	\$ 5,00	\$ 8.337,00	\$ 41.685,00
Entrada Escenario Viernes	\$ 30,00	\$ 1.113,00	\$ 33.390,00
Entrada Escenario Sábado	\$ 30,00	\$ 1.025,00	\$ 30.750,00
Entrada Escenario Domingo	\$ 70,00	\$ 722,00	\$ 50.540,00
Entrada Doma x 2 Días	\$ 30,00	\$ 1.298,00	\$ 38.940,00
Cantina Vaca			\$ 58.200,00
Sillas	\$10,00	\$ 3.600,00	\$ 36.000,00
Cantinas			\$ 69.200,00
Puestos Pagos			\$ 38.000,00
Publicidad Pantallas			\$ 1.580,00
Porcentaje Proveedores			\$ 6.020,00
Estacionamiento			\$ 8.241,00
TOTAL			\$ 773.203,00

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”**Ingreso Total: \$773.203,00****Gastos Total: \$957.018,10****Saldo Negativo: (\$183.851,10)***

*El importe del saldo negativo correspondía a deudas con proveedores con los que acordaron sus compras y/o servicios en cuenta corriente.

Para el mes de Agosto ya habían saldado tal importe, con el subsidio de \$20.000 que les envió el Gobierno de la Provincia, y con la venta de los abonos de \$250 para la Fiesta de la Vaca 2011.

3 – Cálculo Gasto Promedio de Alojamiento y Estadía Promedio por No Residente.

Cálculo Gasto Promedio de Alojamiento

Cálculo en Base a los 19 no Residentes que pernoctaron

Encuestados	Tipo Alojamiento	Importe Abonado	Cantidad de Pax que incluye	Importe por PAX
1	Hotel	\$ 65,00	1	\$ 65,00
1	Hotel	\$ 198,00	1	\$ 198,00
1	Hotel	\$ 160,00	2	\$ 80,00
1	Hotel	\$ 237,00	2	\$ 118,50
1	Hotel	\$ 198,00	2	\$ 99,00
1	Hotel	\$ 237,00	2	\$ 118,50
1	Hotel	\$ 154,00	2	\$ 77,00
1	Hotel	\$ 154,00	2	\$ 77,00
1	Hotel	\$ 154,00	2	\$ 77,00
1	Camping	\$ 30,00	5	\$ 6,00
1	Camping	\$ 25,00	4	\$ 6,25
1	Camping	\$ 30,00	5	\$ 6,00
1	otro	\$ 0,00	1	\$ 0,00
1	Casa de Flia./amigos	\$ 0,00	1	\$ 0,00
1	Casa de Flia./amigos	\$ 0,00	1	\$ 0,00
1	Casa de Flia./amigos	\$ 0,00	1	\$ 0,00
1	Casa de Flia./amigos	\$ 0,00	1	\$ 0,00

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

1	Casa de Flia./amigos	\$ 0,00	1	\$ 0,00
1	Casa de Flia./amigos	\$ 0,00	1	\$ 0,00
19		\$ 1.642,00		\$ 928,25
Gasto Promedio Alojamiento por No Residente				\$ 48,86

Cálculo Estadía Promedio por No Residente

Tiempo de permanencia en la ciudad

Menos de 24hs.	Entre 1 0 2 días	Entre 2 y 3 días	Más días	
4	9	8	2	23

Intervalo	f	FA
menos de 1	4	4
1 a 2	9	13
2 a 3	8	21
más de 3	2	23
	23	

$$L2 + [n/2 - FA2 * i]/f = M$$

$$1 + [23/2 - 4 * 50] / 9 = 1,83^*$$

*** Estadía Promedio 1,83 días**

4-

Gasto Medio Diario por No Residente

Para calcular el Gasto Medio Diario por no residente se utilizaron los datos recabados a través de la pregunta N° 10 y 11 de la encuesta a los No Residentes durante los eventos. En la N°10 se les pedía que indicaran aproximadamente su gasto diario, sin incluir alojamiento, desglosado en varios ítems. En caso de no poder hacer esto, en la pregunta N°11 se les pedía estimativamente el gasto diario "global". A continuación se exponen los cálculos y resultados detallados.

Resultado Gasto Medio Diario por No Residente por Ítem

De un total de 23 No Residentes encuestados, 21 de ellos optaron por responder a la pregunta N°10. En la misma se les pedía que indicaran el valor aproximado de sus gastos desglosados en varios ítems en una tabla con varios importes divididos en intervalos de clases, los cuales eran de diferentes amplitudes, y

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

el primero sin límite inferior y último sin límite superior.

Dadas estas características, es posible calcular el gasto medio a través del cálculo de la Mediana (M). La misma se obtiene primero haciendo una tabla con la frecuencia en cada intervalo de clase y la frecuencia acumulada. Luego debe emplearse la fórmula $L2 + \frac{n/2 - FA}{f} \cdot i = M$, donde L2 es el límite inferior del intervalo de clase donde se encuentra la mitad de n, que es la suma de todas las frecuencias. La FA2 es la frecuencia acumulada en el intervalo de clase anterior al mencionado anteriormente. La i representa la amplitud del intervalo de clase y la f la frecuencia en el mismo intervalo.

En los casos en los que los 21 no residentes efectuaron gastos en determinado ítem, la mediana coincidiría con el gasto medio diario por no residente en el mismo. En cambio, en los ítems en los que no todos realizaron gastos no puede tomarse ese valor, ya que no incluye a la totalidad de los encuestados. Por esta razón, se tomó como gasto medio diario al importe que resultó de multiplicar la mediana de determinado ítem por la cantidad de no residentes que efectuaron ese gasto, dividiéndolo luego por la totalidad de los encuestados (21). (Ver detalle de cálculos en Anexo III – 5 / Versión extendida en formato digital)

Tipo de gastos	Importe
Alimentos y Bebidas	\$ 68,33
Transporte y estacionamiento	\$ 15,58
Excursiones y paseos	\$ 00,00
Equipamiento Personal (Textil, calzado, etc.)	\$ 04,76
Bienes para el hogar	\$ 04,76
Recuerdos u otros productos	\$ 13,77
otros bienes	\$ 00,00
Gasto medio diario por No Residente 21/23	\$ 107,20

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”**Resultado Gasto Medio Diario "Global" por No Residente**

En la Pregunta N° 11 de la encuesta a los No residentes durante los eventos, se les pedía que indicaran estimativamente su gasto medio diario global, sin incluir alojamiento, si es que no podían desglosarlo en los diferentes ítems que se presentaban en la pregunta N° 10. Además se les solicitaba señalaran a qué cantidad de personas incluía tal importe.

De los 23 no Residentes encuestados, sólo 2 optaron por responder a esta pregunta en vez de la anterior.

Para poder llegar al cálculo del gasto medio diario por No residente a través de los datos recopilados por esta cuestión, al importe manifestado por cada uno de los encuestados se lo dividió por la cantidad de personas que incluía dicho importe, obteniendo así el valor unitario por cada uno de ellos. Finalmente, el promedio entre todos esos valores unitarios, representa el gasto medio diario por no residente.

No Residente (n)	Gasto Diario	Personas Incluidas	Gasto por No Residente (i)
1	\$ 200,00	2	\$ 100,00
1	\$ 200,00	2	\$ 100,00
2			\$ 200,00
$\Sigma i / n$ = Gasto medio diario "Global" por No Residente de un total de 2 de ellos			
$\Rightarrow \\$200 / 2 = \\100			

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”**Gasto Medio Diario por No Residente**

Finalmente, tomando los dos valores anteriormente obtenidos" El Gasto medio diario por No Residente incluyendo los diferentes ítems (1)" y El Gasto Medio diario Global por no Residente (2)", se llega al valor definitivo del Gasto Medio Diario por No Residente.

Importes Gastos Medios Diarios		No Residentes	Importe Total (i)	$\Sigma i / n^*$
1	\$ 107,20	21	\$ 2.251,20	
2	\$ 100,00	2	\$ 200,00	
		23	\$ 2.451,20	\$ 106,57

***Gasto Medio Diario por No Residente = $[\Sigma i] / n$**

Anexo IV: Encuentro Internacional de Teatro Otoño Azul

1 - Entrevista a los organizadores del Encuentro de Teatro Otoño Azul

Organizador: Equipo Delta

Entrevistado: Edelmiro Menchaca (Vicepresidente Equipo Delta)

- **¿Cuándo y cómo se formó El Equipo Delta?**

El Equipo Delta (Equipo del Taller), surge en el Taller de Teatro Municipal, para atender a la necesidad de producir y presentar espectáculos locales. El Taller Teatral funciona desde el año 1984.

- **¿El Equipo Delta fue el creador del Encuentro Internacional de Teatro Otoño Azul? ¿Cómo surgió la idea de realizar el mismo?**

Sí, el equipo fue el creador en el año 2000, surgiendo la necesidad de formarlo con personería jurídica sin fines de lucro.

La idea surge para cubrir la necesidad de otorgarle al teatro breve un espacio para poder mostrarse, y que además se produzca un encuentro entre los elencos de la región y otros lugares para compartir e intercambiar experiencias e ideas.

- **¿Cuántas personas integran el equipo? ¿Todos participan en la organización del Encuentro?**

Somos unos cuantos. Actualmente, está constituido por una comisión, socios, y voluntarios

De alguna manera, todos participamos en la organización del evento.

- **¿Cuántos años hace que se lleva a cabo el Encuentro?**

Se lleva a cabo desde hace 10 años consecutivos

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- **¿Recibieron apoyo de la Municipalidad cuando propusieron el mismo? ¿Y de la comunidad local?**

Desde el primer momento contamos con el apoyo de la Municipalidad de Azul. En el año 2000 es presentado el proyecto a la Dirección de Cultura, a la cuál le entusiasma la idea, y se lo presenta al Intendente Duclós quien lo acepta, y ya ese año se desarrolla la primera edición.

La idea es que fuera regional, pero ya en la primera edición se presentaron obras de toda la provincia, y una de otra provincia.

Hoy en día, vienen no sólo de otras provincias sino que también de otros países, entre los que ha participado se encuentran Perú, Chile, Cuba, Alemania, España, Países Vascos, Eslovenia, Francia-Congo, México, Bolivia, entre otros.

Es muy importante para nosotros que la Dirección de Cultura, nos haya abierto las puertas, otorgándonos un espacio físico, donde poder trabajar, y contar con máquinas con internet y acceso a teléfono.

En cuanto a la comunidad local, nos ha apoyado siempre con su presencia en las obras, y su entusiasmo. También, las empresas, suelen hacernos descuentos cuando decimos que somos de “Otoño Azul”. Ellos no pierden mucho, y para nosotros por poco que nos represente, es muy importante el gesto.

- **¿Actualmente reciben apoyo del municipio u otras instituciones para organizar el evento?**

Sí, de la Municipalidad de Azul, del Instituto Nacional de Teatro, de IBERESCENA (Organismo internacional), y a veces del gobierno de la Provincia.

- **¿Las obras que se desarrollan durante el encuentro son elegidas y contratadas por ustedes mismos?**

Sí, las elegimos nosotros

- **¿De qué manera efectúan la elección de las obras?**

Los postulantes se inscriben a través de nuestra página Web, y nos envían su material.

Se eligen entre 10 y 15 obras. Se trabaja por zona y centro de interés. No se eligen las mejores sino que una de cada lugar que tiene que estar presente por historia y

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

trayectoria, y también tenemos en cuenta las obras de países que nunca han venido. Es decir elegimos la mejor de Capital Federal, de la Pcia. de Bs.As., de otra/s provincias, de los países que tienen que estar por tradición, y alguna/s obras de países que todavía no se han presentado.

Este año, por ejemplo, se eligieron 2 obras de Chile porque considerábamos que no podíamos dejar afuera una de ellas. Le dimos prioridad a Bolivia que nunca había venido.

- A la hora de elegir las, ¿tienen en cuenta la opinión y lo que pide la gente?

Sí, tenemos en cuenta su opinión. Uno de los objetivos del encuentro es que la gente se acerque al teatro nuevamente, y podemos decir que por el público con el que contamos lo estamos logrando, pudimos abrir el teatro a más público, que dejara ser sólo de una elite. Antes iban sólo a ver figuras reconocidas del teatro y la TV, ahora van a ver desconocidos priorizando el arte.

La gente está formada, entiende de teatro, incluso tienen una participación activa el encuentro, dado que hay un premio A la mejor obra y actuación elegido por los espectadores, para lo cual deben emitir su voto. Generalmente, su elección es muy acertada.

Dicho premio lleva el nombre de Rubén Cesar D’Paula, quien fue Intendente de la ciudad de Azul. Esto es así, ya que el Taller Teatral Local se formó durante su gobierno, y el hecho que lleve su nombre es un homenaje al espectador, ya que él iba siempre a ver nuestras obras.

- ¿Qué tipo de publicidad utilizan para dar a conocer el encuentro?

Actualmente, fundamentalmente a través de Internet, ya que contamos con una página Web. Pero en nuestros comienzos nos manejamos con correo postal, enviando las invitaciones y planillas de inscripción con los requisitos. Por este medio, también los elencos nos enviaban los VHS con la grabación de la obra.

- ¿Se imaginaban que iba a tener tanta repercusión en el extranjero?

No, la verdad que no lo imaginábamos.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- **¿Reciben apoyo económico, de promoción u otro tipo por parte de la municipalidad y el Gobierno Provincial?**

Sí, la Municipalidad de Azul nos ha apoyado siempre, ya sea con dinero y en especies. El Gobierno Provincial no siempre.

- **¿Qué tipo de financiación utilizan para organizarlo?**

Principalmente el aporte por parte de la Municipalidad de Azul en dinero, y especies (alojamiento de los jurados, Salón para la fiesta, entre otros), el aporte del Instituto Nacional del Teatro, aunque el mismo llega un año después, con lo cual lo utilizamos para pagar alguna deuda o lo destinamos para la edición de ese mismo año; y el dinero recaudado con las entradas.

Este año en particular, recibimos una importante ayuda económica de IBERESCENA

- **¿Participan Obras con artistas locales? ¿Lo hacen en forma voluntaria o reciben algún pago?**

No, sólo en el cierre, el grupo teatral local realiza un show en la entrega de premios. Es una cláusula que no participen obras del partido, ya que pensamos que el público local puede verlas en cualquier otro momento, y le estarían quitando un espacio para traer una obra de afuera. Además, al ser anfitriones no creemos conveniente que compitan, dado que el público podría no ser objetivo.

De todas maneras, no hay muchos grupos de teatro en la ciudad que puedan presentarse, pero a los que hacen teatro y les gusta, hacen su aporte participando en la organización del encuentro.

- **¿Qué cantidad de elencos vinieron de otras ciudades? ¿Lo hicieron de forma voluntaria o recibieron algún pago? ¿Quiénes fueron remunerados? ¿Cuánto se les abonó?**

Participaron 15 obras, provenientes de Argentina, España, Chile, México, Bolivia, Ecuador, Francia – Congo, y Colombia.

Las mismas lo hicieron en forma voluntaria no reciben remuneración alguna. Sí, nos hacemos cargo de su alojamiento y alimentación, traslado desde el aeropuerto de Ezeiza hasta la ciudad, y en algunos casos los ayudamos con el pasaje para venir hasta Argentina.

Aunque no reciban una remuneración, los elencos están muy interesados en participar, incluso se enojan cuando no son elegidas. Su objetivo es mostrarse, y

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

compartir e intercambiar experiencia y hacer contacto con sus pares. Por ejemplo al elenco procedente de Bolivia, formado por tres actores, se decidió ayudarlos con un pasaje aéreo, como no les alcanzaba el dinero para el pasaje de los otros dos, nos pidieron el importe del pasaje en dinero, y con este pudieron venir por tierra. Todos los elencos, de una u otra forma, se esfuerzan para poder estar aquí.

El espectáculo del cierre, que estuvo a cargo de Sandra Mihanovich, sí fue remunerado.

Teniendo en cuenta los 15 elencos, más el jurado, y el staff de Sandra Mihanovich, participaron aproximadamente 90 personas de otros lugares.

- El alojamiento y la alimentación de los artistas no residentes ¿está a cargo de ellos o del Encuentro? ¿Cuánto tiempo se quedan?

Nosotros nos hacemos cargo del Alojamiento y Alimentación de los elencos durante los cuatro días en los que dura el certamen.

Todos los elencos se quedan durante todos los días, dado que si solamente actuarían y se irían no sería un encuentro. Para los elencos es una vidriera, les abre puertas en otros lugares. Aquí les han surgido proyectos, hecho contactos, se vinculan y se asocian entre ellos.

- ¿Contratan personal extra los días en que se desarrolla el evento? ¿Hay voluntarios?

No, trabajan en forma voluntaria los integrantes del Equipo Delta, y a su vez esos días se acercan algunos que el resto del año no están tan presentes. Además, si necesitamos ayuda específica de algún profesional, consultamos y en general no tienen inconvenientes en asesorarnos.

En realidad es difícil incorporar gente de afuera, dado que se necesita mucha coordinación, y que se manejen los mismos códigos.

Actualmente, nos encontramos con la necesidad de contar con alguna persona que se encargue exclusivamente de la inscripción y asesoramiento de los elencos durante ese período. Esa persona debería contar con una remuneración, para que tenga responsabilidad y compromiso.

Todos los que trabajamos actualmente en la organización lo hacemos voluntariamente, no recibimos ningún tipo de compensación, más allá de la satisfacción de hacer esto que nos gusta. Nosotros consideramos que si bien la cultura es una industria, la parte afectiva es más importante. Creemos que sería muy bueno poder profesionalizarse y poder abonarle un cashet a los elencos, pero nunca

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

perdiendo el sentido amateur. Esto nos permitiría fundamentalmente poder exigirles a los elencos que nos confirmen con más tiempo de antelación su concurrencia, dado que muchos nos tienen a la espera casi hasta último momento, cuando se aseguran que pueden conseguir el dinero para trasladarse hasta aquí, y tienen resuelto el tema de visas y pasaportes.

Todos estos años hemos hecho un trabajo de hormigas, y hoy se empiezan a ver los resultados.

- **¿Podría decirme aproximadamente el monto de los gastos incurridos para la organización del Encuentro?**

Aproximadamente \$150.000

- **¿Podría detallarme los gastos incurridos en la organización de la Fiesta?**

Ver Anexo IV- 2

- **Podría decirme ¿qué cantidad de espectadores concurrieron a las Obras durante los 4 días en los que se desarrollo el evento?**

Alrededor de 5000 personas entre Abonados, espectadores, participantes e invitados.

Con respecto al uso del Teatro Español y El Complejo Cultural Ex Cine San Martín:

- **Podría decirme ¿qué capacidad de público tienen ambos lugares?**

El Teatro Español puede albergar hasta 500 personas, y el Teatro Ex cine San Martín alrededor de 1000.

- **¿Tienen en cuenta la misma para no sobrecargar el lugar de espectadores?**

Sí, por supuesto

- **¿Toman algún tipo de precauciones extras a las propias de los lugares de esa característica para evitar daños? (Ej. Incendios, daños, etc.)**

No, las precauciones habituales.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- **¿Contratan personal para efectuar la limpieza?**

No, nos encargamos nosotros

- **¿Piensan continuar organizando la Fiesta?**

- Sí, ya estamos en marcha para el año que viene

2- Detalle de Gastos Directos e Ingresos

GASTOS DIRECTOS	
Espacio Físico*	\$ 10.000,00
Infraestructura	-----
Artistas	\$ 20.000,00
Alimentación y Bebidas	\$ 30.000,00
Alojamiento	\$ 15.000,00
Imprentas y Librerías	-----
Publicidad y Difusión	\$ 15.000,00
Personal	-----
Materiales de Ferretería y construcción	-----
Escenario, Sonido, iluminación, entre otros	\$ 8.000,00
Impuestos y Seguros	-----
Decoración	\$ 3.000,00
Filmación y Fotografía	-----
Gastos Varios	\$ 5.700,00
Transporte, Encomiendas y Fletes	\$ 42.000,00
Servicio de Sanidad	-----
Seguridad	-----
Pirotecnia	-----
Gastos Totales	\$ 148.700,00

INGRESOS TOTALES	
Subsidio Municipalidad de Azul	\$ 45.000
Subsidio IBERESCENA	\$ 55.000
Entradas Generales y Abonos	\$ 48.700
Ingreso Total	\$148.700

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

3-

Cálculo Gasto Promedio de Alojamiento

Encuestados	Tipo Alojamiento	Importe Abonado	Cantidad de Pax que incluye	Importe por PAX
1	hotel	\$ 65	1	\$ 65
1	hotel	\$ 140	2	\$ 70
1	hotel	\$ 130	2	\$ 65
1	hotel	\$ 198	1	\$ 198
1	hotel	\$ 198	2	\$ 99
1	hotel	\$ 237	2	\$ 118,5
1	hotel	\$ 275	3	\$ 91,67
1	hotel	\$ 210	3	\$ 70
1	Casa Flia. y amigos	\$ 0	1	\$ 0
1	Casa Flia. y amigos	\$ 0	1	\$ 0
1	Casa Flia. y amigos	\$ 0	1	\$ 0
1	Casa Flia. y amigos	\$ 0	1	\$ 0
1	Casa Flia. y amigos	\$ 0	1	\$ 0
1	Casa Flia. y amigos	\$ 0	1	\$ 0
14				\$ 777,17
Gasto Promedio Alojamiento				\$ 55.51

Cálculo Estadía Promedio por no Residente

Tiempo de permanencia en la ciudad

Menos de 24hs.	Entre 1 o 2 días	Entre 2 y 3 días	Más días
1	1	6	7

Intervalo	f	FA
menos de 1	1	1
1 a 2	1	2
2 a 3	6	8
más de 3	7	15
	15	

$$L2 + [n/2 - FA2 * i]/f = M$$

$$1 + [15/2 - 2 * 1] / 6 = 2,9^*$$

*** Estadía Promedio 2,9 días**

4-**Gasto Medio Diario por No Residente**

Explicación de procedimiento para llegar al gasto medio diario por No Residente. (Ver Anexo III – 4). Cálculos detallados en Anexo IV – 5 /Versión extendida en formato digital.

Resultado Gasto Medio diario por Ítem por No Residente - Pregunta 10 de la encuesta

De los 15 No Residentes encuestados, 9 accedieron a estimar sus gastos en diferentes ítems.

Tipo de Gastos	Importe
Alimentos y Bebidas	\$ 62,50
Transporte y Estacionamiento	\$ 0,00
Excursiones y Paseos	\$ 0,00
Equipamiento Personal (Textil, calzado, etc.)	\$ 0,00
Bienes para el hogar	\$ 0,00
Recuerdos u otros productos turísticos	\$ 0,00
Otros Bienes	\$ 0,00
Gasto Medio Diario por no Residente 9/15	\$ 62,50

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Resultado Gasto Medio Diario "Global" por No Residente - Pregunta 10

De los 15 No Residentes encuestados, 6 optaron por responder a la pregunta N°11, donde debían indicar en forma estimativa su gasto diario sin incluir alojamiento.

No Residente (n)	Gasto Diario	Personas Incluidas	Gasto por No Residente (i)
1	\$ 200	1	\$ 200
1	\$ 100	4	\$ 25
1	\$ 200	2	\$ 100
1	\$ 200	2	\$ 100
1	\$ 100	2	\$ 50
1	\$ 150	2	\$ 75
6			\$ 550

$\sum i / n =$ Gasto medio diario "Global" por No Residente de un total de 6 de ellos =>
\$550 / 6 = \$91,67

Gasto Medio por No Residente

Finalmente, tomando los dos valores anteriormente obtenidos" El Gasto medio diario por No Residente incluyendo los diferentes ítems (1)" y El Gasto Medio diario Global por no Residente (2)", se llega al valor definitivo del Gasto Medio Diario por No Residente.

Importes Gastos Medios Diarios		No Residentes	Importe Total (i)	$\sum i / n^*$
1	\$ 62,50	9	\$ 562,50	
2	\$ 91,67	6	\$ 550,02	
		15	\$ 1.112,52	\$ 74,17

***Gasto Medio Diario por No Residente = $[\sum i] / n = \$ 74,17$**

Anexo V: Encuentro Mototurístico de Semana Santa

1- Entrevista a los organizadores Encuentro Internacional Mototurístico.

Organización: Agrupación Quijotes del Camino

Entrevistado: Vacca Eduardo – Presidente

- ¿Cuántos años hace que se lleva a cabo el Encuentro Internacional Mototurístico?

Se Han realizado 21 Encuentros de Motos durante los días de la Semana Santa

- ¿Quiénes fueron los iniciadores del proyecto?

Los creadores fueron La Agrupación G.A.M.A. (Grupo Amigos de las Motos Azul), que se disolvió en el año 2008, luego aparecimos nosotros con el Grupo “Quijotes del Camino”, que es una asociación Civil Sin Fines de Lucro formada para organizar el encuentro.

- ¿Cuánto tiempo hace que se formó la Agrupación Quijotes en el camino?

Se Formó hace tres años

- ¿Cuántas personas la integran? ¿Todos participan en la organización del Encuentro?

Somos unos cuantos, y sí todos participamos de una u otra manera.

- ¿Cómo surgió la idea que se desarrollara en el Camping Municipal?

Se eligió el Camping porque cuenta con la infraestructura necesaria para el evento. Los concurrentes se instalan allí con sus carpas, y dejan las motos al lado como en exhibición. Todos se encuentran cerca, para así poder charlar, reencontrarse y compartir experiencias.

Además hay espacio para armar un escenario para los espectáculos musicales, y colocar el paseo de artesanos.

- Los espectáculos y demás actividades que se llevan a cabo ¿son elegidas por ustedes mismos?

Sí, las elegimos nosotros, y contratamos a los que se encuentran dentro de nuestras posibilidades.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- **Los artistas, músicos y demás participantes ¿son contratados por ustedes mismos?**

Sí, los contratamos nosotros.

- **A la hora de hacer el programa de actividades, ¿tienen en cuenta las sugerencias y lo que pide la gente?**

Sí, lo tenemos en cuenta, pero muchas veces piden artistas o actividades que están fuera de nuestro presupuesto.

- **¿Qué tipo de publicidad utilizan para dar a conocer el Encuentro?**

Hacemos publicidad en los Medios locales, diario, radio y Tv para convocar el público local; y para atraer a los visitantes, hacemos publicidad en otros encuentros de la misma característica. Pero lo más importante es el boca a boca, y el hecho de que como siempre se realiza para Semana Santa, los que concurren todos los años ya saben que esos días tienen cita aquí en la ciudad.

- **¿Qué tipo de financiación utilizan para organizar el Encuentro? ¿Reciben apoyo por parte de la Municipalidad?**

Sí, recibimos un subsidio de la Municipalidad de Azul.

Además de este, para financiar el evento utilizamos el dinero que ingresa por la venta de la publicidad a los comercios para aparecer en una cartilla, que luego se le venden a los no residentes cuando se registran en el camping, dándole derecho a hacer uso del camping. También se cuenta con el dinero proveniente de la licitación de la cantina que se instala en el Camping, y de la venta de stands a los artesanos.

- **¿Qué cantidad de personas y motos de otras ciudades se registraron en el camping este año?**

Se registraron alrededor de 900 motos en el camping, lo que no quita que puedan haber concurrido más, pero que se hayan utilizado otro tipo de alojamiento, o hayan concurrido sólo por el día. Esto último suele pasar con las personas de los alrededores que vienen durante el día, y después se van a sus ciudades durante la noche.

- **¿Cuál fue el valor de la acreditación? ¿Qué servicios se le brindaron por el pago de ese monto?**

La acreditación y venta de la cartilla tuvo un costo de \$20, este importe les daba derecho al uso de una parcela en el camping, acceso a sanitarios y duchas, y demás instalaciones del camping. También les incluía la comida y bebida de la fiesta de bienvenida.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- **¿Cuántas motos participaron de la caravana a Pablo Acosta y a la Plaza?**

A la caravana a Pablo Acosta concurrieron aproximadamente 100 motos, mientras que a la caravana hacia la Plaza San Martín lo hicieron alrededor de 4000 entre no residentes y residentes.

- **¿Cuánta gente concurrió al camping durante los 4 días contando los residentes locales?**

De acuerdo al cálculo realizado por la Policía, durante los cuatro días pasaron por el camping y concurrieron a las actividades en el Balneario y la Plaza San Martín, aproximadamente 30.000 personas entre residentes y no residentes.

- **¿Se cobraba entrada a los residentes locales?**

No, no se les cobra entrada.

- **¿Qué cantidad de puestos de cada tipo se instalaron? ¿Se les cobró algún canon para hacerlo?**

Se instalaron 66 stands, y sí se les cobró un canon por hacerlo de aproximadamente \$190.

- **¿Contrataron artistas, músicos y demás de otras ciudades? ¿Lo hicieron de forma voluntaria o recibieron algún pago?**

Sí, contratamos espectáculos musicales, y equipos que hacían destreza con las motos. Les abonamos por su participación.

- **El alojamiento y la alimentación de los mismos ¿está a cargo de ellos o del evento? ¿Por cuánto tiempo se quedaron en la ciudad?**

Nosotros nos hacemos cargo de los alimentos y bebidas de todos ellos, y del alojamiento en caso que pernocten, ya que en general se van después de actuar.

El alojamiento del artista más importante, convocado para hacer el cierre, estuvo a cargo de la Municipalidad de Azul.

- **¿Contratan personas para que los ayuden los días en que se desarrolla el Encuentro? ¿Hay voluntarios?**

No, colaboran los socios de la agrupación, y algún que otro amigo, familiar que nos quiera ayudar.

- **¿Podría decirme aproximadamente el monto de los gastos incurridos en la organización del Encuentro?**

Aproximadamente \$28.000

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- **¿Podría detallarme los gastos incurridos en la organización del Encuentro?**

Ver Anexo V-2

- **En el caso de quedar un sobrante de dinero ¿en que se destina el mismo?**

Se hacen donaciones a alguna entidad pública de la ciudad. Este año tuvimos un sobrante con lo cual colaboramos para retribuir el apoyo económico otorgado por la Municipalidad para solventar los gastos de organización del evento.

Con respecto al uso del Camping y el Balneario, y la seguridad:

- **¿El Camping está preparado para recibir la cantidad de personas que recibió?**

No, en general se ve desbordado, y la gente debe buscar otros lugares para alojarse.

- **¿Con qué servicios cuenta? ¿Están en condiciones?**

Cuenta con Parcelas para instalar las carpas, casillas rodantes, y demás. Servicios Sanitarios, y fogones con parrillas.

- **¿Se restringe el uso de las motos en las áreas verdes que se pueden dañar con las mismas?**

Sí, tratamos que no se circule con las motos dentro del balneario. Incluso está prohibido.

- **¿Qué precauciones toman para evitar incendios?**

Decimos a la gente que tenga precaución a la hora de prender el fuego, cuidamos que nadie encienda fuego fuera de los fogones.

Además, contamos con personal de Bomberos en el acceso al predio del camping.

- **¿Contratan personal de seguridad para controlar que no haya desmanes o algún otro tipo de problemas?**

Sí, contamos con presencia policial, y además contratamos seguridad privada.

También, contratamos servicio de ambulancia.

- **¿Controlan la velocidad a la que circulan las motos por la ciudad? ¿Les realizan controles de alcoholemia?**

No, no les realizamos control de alcoholemia, todos saben lo que tienen que hacer, aunque igual se les recalca que respeten los límites establecidos de velocidad, y que manejen con precaución.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- **¿Contratan personal para efectuar la limpieza del camping y Balneario?**

No, la hacemos nosotros mismos

- **¿Tienen en cuenta los decibeles de la música para que no afecten la naturaleza y el vecindario?**

Sí, tenemos en cuenta el volumen de la música, y el horario en el que tocan las bandas para no molestar a los vecinos.

- **¿Tienen pensado seguir realizando el encuentro?**

Sí, incluso ya estamos trabajando para el año que viene.

2- Detalle Gastos Directos e Ingresos

GASTOS DIRECTOS	
Espacio Físico	-----
Infraestructura	-----
Artistas	\$ 12.700,00
Alimentación y Bebida	\$ 3.376,94
Alojamiento	\$ 130,00
Imprentas y Librerías	\$ 2.669,15
Publicidad	\$ 363,00
Personal	\$ 1.510,00
Materiales de Ferretería y construcción	\$ 933,63
Escenario, Sonido, iluminación, entre otros	-----
Impuestos y Seguros	\$ 3.800,00
Decoración	-----
Filmación y Fotografía	-----
Gastos Varios	\$ 1.878,47
Transporte y Fletes	\$ 267,05
Gastos Directos	\$ 27.628,24

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

INGRESOS TOTALES		
Subsidio Municipal	\$ 22.000,00	
Venta Publicidad	\$ 2.325,00	60 Publicidades
Venta Pliego Licitación	\$ 200,00	4 Pliegos
Licitación Cantina	\$ 4.500,00	
Venta de Cartillas	\$ 18.080,00	904 Cartillas
Venta de Stands	\$ 12.545,00	66 Stands
Ingreso Total	\$ 59.650,00	

Ingreso Total: \$59.650,00

Gasto Total: \$27.628,24

Saldo Positivo: \$32.021,76*

*Del importe del saldo positivo, una parte se destinó a hacer donaciones a diferentes entidades públicas (\$12.580), y el resto será utilizada para organizar el Encuentro Mototurístico de Semana Santa 2011

3 –

Caculo Gasto Promedio de Alojamiento

Cálculo en Base a los 39 No Residentes que pernoctaron en la ciudad

Encuestados	Tipo Alojamiento	Importe Abonado	Cantidad de Pax que incluye	Importe por PAX
1	Hotel	\$ 100	1	\$ 100
1	Hotel	\$ 120	2	\$ 120
1	Hotel	\$ 198	1	\$ 198
1	Casa Flia./amigos	\$ 0	1	\$ 0
1	Casa Flia./amigos	\$ 0	1	\$ 0
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20
1	Camping	\$ 20	1	\$ 20

[illegible]

Tiempo de permanencia en la ciudad

Menos de 24hs.	Entre 1 o 2 días	Entre 2 y 3 días	Más días	
2	4	30	5	41

Intervalo	f	FA
menos de 1	2	2
1 a 2	4	6
2 a 3	30	36
más de 3	5	41
	41	

$$2 + [41/2 - 6 * 1] / 30 = 2,48^*$$

99

4-**Gasto Medio Diario por No Residente**

Explicación de procedimiento para llegar al gasto medio diario por No Residente (Ver Anexo III – 4). Cálculos detallados en Anexo V – 5 /Versión extendida en formato digital.

Resultado Gasto Medio diario por Ítem por No Residente
Pregunta 10 de la encuesta

De los 41 No Residentes encuestados, 23 accedieron a estimar sus gastos en diferentes ítems

Gasto Medio Diario por No Residente incluyendo todos los ítems

Tipo de Gastos	Importe
Alimentos y Bebidas	\$ 78,33
Transporte y Estacionamiento	\$ 06,00
Excursiones y Paseos	\$ 00,00
Equipamiento Personal (Textil, calzado, etc.)	\$ 00,00
Bienes para el hogar	\$ 00,00
Recuerdos u otros productos turísticos	\$ 09,06
Otros Bienes	\$ 00,00
Gasto Medio Diario por no Residente 23/41	\$ 93,39

Resultado Gasto Medio Diario "Global" por No Residente - Pregunta 10

De los 41 No Residentes encuestados, 18 optaron por responder a la pregunta N°11, donde debían indicar en forma estimativa su gasto diario sin incluir alojamiento.

No Residente (n)	Gasto Diario	Personas Incluidas	Gasto por No Residente (i)
1	\$ 100	2	\$ 50
1	\$ 30	1	\$ 30
1	\$ 100	2	\$ 50
1	\$ 80	2	\$ 40
1	\$ 50	1	\$ 50
1	\$ 150	2	\$ 75
1	\$ 100	2	\$ 50
1	\$ 100	1	\$ 100

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

1	\$ 100	1	\$ 100
1	\$ 100	5	\$ 20
1	\$ 100	2	\$ 50
1	\$ 200	5	\$ 40
1	\$ 35	1	\$ 35
1	\$ 50	1	\$ 50
1	\$ 30	1	\$ 30
1	\$ 120	1	\$ 120
1	\$ 30	1	\$ 30
1	\$ 100	1	\$ 100
18			\$ 1.020

$\sum i / n$ = Gasto medio diario "Global" por No Residente de un total de 18 de ellos =>

$$\$1020 / 18 = \$56,67$$

Gasto Medio Diario por No Residente

Finalmente, tomando los dos valores anteriormente obtenidos" El Gasto medio diario por No Residente incluyendo los diferentes ítems (1)" y El Gasto Medio diario Global por no Residente (2)", se llega al valor definitivo del Gasto Medio Diario por No Residente.

Importes Gastos Medios Diarios		No Residentes	Importe Total (i)	$\sum i / n^*$
1	\$ 93,39	23	\$ 2.147,97	
2	\$ 57,00	18	\$ 1.020,06	
		41	\$ 3.168,03	\$ 77,27

***Gasto Medio Diario por No Residente = $[\sum i] / n = \$ 77,27$**

Anexo VI: Fiesta Nacional de la Miel

1- Entrevista a los organizadores de la Fiesta Nacional de la Miel “Expomiel”

Organización: Centro de Apicultores de Azul

- ¿Cuándo y por qué se fundó el Centro de Apicultores de la Ciudad de Azul?

Se Fundó en el año 1987, luego de que a partir del año 1983 un grupo de apicultores de la ciudad comenzara a reunirse una vez por mes, y notaran la necesidad de formar algún tipo de asociación para poder hacer compras comunitarias, charlas técnicas y otras realizaciones.

- ¿El Centro de Apicultores fue el creador de “La Expomiel”? ¿Cómo surgió la idea?

Sí, la idea surgió del Centro de Apicultores, que buscaba con ella poder mejorar la producción apícola, y que las empresas del país tuvieran un espacio donde exponer sus productos.

El objetivo inicial era vincular a los apicultores, conformar redes de contacto, promover el desarrollo de encuentros comerciales y divulgar los avances del sector. Una vez que esto se cumplió, se apuntó a consolidar la cadena productiva local, para luego poder competir con éxito en los mercados internacionales.

- ¿Por quienes está integrado el Centro de Apicultores? ¿Todos participan en la organización del Evento?

Está integrado por apicultores locales, y es dirigido por una comisión. No todos participan en la organización de la exposición, sólo algunos.

- ¿Cuántos años hace que se lleva a cabo “La Expomiel”?

Se realiza desde hace 23 años. Pronto se convirtió en la exposición apícola más importante del país, y es una de las más prestigiosas de Latinoamérica.

Para los productores que la visitan y los expositores, la Expomiel es muy importante dado que allí se les brindan las herramientas necesarias para aumentar la productividad de su empresa, se dan a conocer las nuevas medidas de seguridad sanitaria, normas jurídicas y reglamentaciones impositivas, y es un marco ideal para el desarrollo de acuerdos comerciales.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Además, se dictan conferencias y charlas técnicas de interés para especialistas en apicultura, como así también para el público en general, las cuales están a cargo en su organización del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, sección Apícola).

- **¿Recibieron apoyo de la Municipalidad cuando propusieron realizar este evento? ¿Y de la comunidad local?**

Sí, desde un primer momento.

- **¿Actualmente reciben apoyo del municipio u otras instituciones para organizar el evento?**

Sí, siempre.

- **¿Se imaginaban que iba a tener tanta repercusión cuando iniciaron el proyecto?**

No, en la primera exposición vinieron sólo 4 expositores, hoy llegan aproximadamente 90.

La muestra fue creciendo año a año, convirtiéndose en una cita irrevocable para los empresarios y productores ligados con la apicultura.

Se transformó en una vidriera de los avances tecnológicos apícolas, y sirvió para que muchas empresas puedan expandirse en el mercado de la miel.

- **¿Qué tipo de publicidad utilizan para dar a conocerla?**

Actualmente se cuenta con una página Web, pero la mejor publicidad es el boca a boca entre los productores, y la experiencia de viajes anteriores. Cuando va llegando la fecha en la que generalmente se realiza (Junio-Julio), los empresarios empiezan a hacer las consultas por teléfono al Centro de apicultores.

- **¿Qué sistema utilizan para contactar a las empresas expositoras?**

Principalmente se contactan vía teléfono, pero también se utiliza la página Web.

- **¿Deben abonar un canon para poder exponer? ¿Cuánto?**

Sí, deben abonar un canon por el espacio para el stand. El monto depende de la posición del Stand y va de \$1.800 a \$2.200.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- **El espectáculo artístico que tradicionalmente cierra la Fiesta ¿Es elegido y contratado por ustedes?**

No, se encarga la Municipalidad, siendo esto una manera de colaborar con el evento.

- **El alojamiento y la alimentación de dichos artistas está a cargo de ellos o de la Expomiel?**

El Centro de apicultores se hace cargo de la comida, pero si llegaran a quedarse a dormir la municipalidad se hace cargo del alojamiento. No es el caso de las postulantes a reina, a las cuales se les paga el alojamiento y la comida.

- **¿Contratan personal extra los días en que se desarrolla el evento? ¿Hay voluntarios?**

Sí, durante los días de la exposición a miembros del centro se les asignan distintas tareas, recibiendo una remuneración por la misma.

También, se cuenta con la colaboración de estudiantes de la Facultad de Agronomía, quienes se encargan de vender las entradas en la boletería, y de controlar los accesos al predio. A cambio reciben un porcentaje del importe recaudado con la venta de las entradas.

- **¿Reciben apoyo económico, de promoción u otro tipo por parte de la municipalidad y el Gobierno Provincial?**

Sí, la Municipalidad siempre hace algún aporte, no en dinero, pero sí en especies, este año en particular aportó la carpa donde se colocaron los casi 100 Stands.

- **¿Qué tipo de financiación utilizan para organizarlo?**

Fundamentalmente con el dinero recaudado de la venta de los Stands a los expositores.

- **¿Podría decirme aproximadamente el monto de los gastos incurridos para la organización de la Expomiel?**

Dato No informado por parte de los organizadores.

- **¿Podría detallarme los gastos incurridos en la organización de la Expomiel?**

Dato No Informado

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

- **Podría decirme ¿qué cantidad de personas, entre expositores y público en general, concurrieron a la Expomiel durante los días en los que se desarrolló?**

Aproximadamente 3500 personas entre público y expositores.

- **¿Cuántas entradas fueron vendidas? ¿Cuál fue su importe?**

Se vendieron alrededor de 3000 entradas. El importe fue de \$10 el sábado y de \$5 el Domingo.

Si bien este año se desarrolló en el predio de la Rural, años anteriores el Balneario Municipal fue el escenario, cuando se realizaba allí,

- **¿Tomaban precauciones para evitar que se produjera algún tipo de daño en el mismo?** Ej.: en el parqueizado, que se produzca algún incendio, algún tipo de desmán, etc.

Sí, había presencia de bomberos y de personal policial.

- **¿Contrataban seguridad?**

Sí, además de la policía, se contrata personal para cuidar los Stands durante la noche.

- **¿Contrataban personal para efectuar la limpieza?**

No, la hacen miembros del Centro de Apicultores, pero se les pide a los expositores que cuando desarmen sus stands en lo posible no dejen residuos.

- **¿Piensan continuar organizando la Fiesta Nacional de La Miel?**

Sí, por supuesto.

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

2- Detalle de Gastos e Ingresos

Información no cedida por parte de los organizadores.

3-

Cálculo Gasto Promedio de Alojamiento

Cálculo en Base a los 57 No Residentes que pernoctaron en la ciudad

Encuestados	Tipo Alojamiento	Importe Abonado	Cantidad de Pax que incluye	Importe por PAX
1	Hotel	\$ 150,00	2	\$ 75,00
1	Hotel	\$ 150,00	2	\$ 75,00
1	Hotel	\$ 150,00	2	\$ 75,00
1	Hotel	\$ 150,00	2	\$ 75,00
1	Hotel	\$ 150,00	2	\$ 75,00
1	Hotel	\$ 150,00	2	\$ 75,00
1	Hotel	\$ 160,00	2	\$ 80,00
1	Hotel	\$ 130,00	1	\$ 130,00
1	Hotel	\$ 130,00	1	\$ 130,00
1	Hotel	\$ 150,00	2	\$ 75,00
1	Hotel	\$ 275,00	3	\$ 91,67
1	Hotel	\$ 154,00	2	\$ 77,00
1	Hotel	\$ 184,00	2	\$ 92,00
1	Hotel	\$ 223,00	3	\$ 74,33
1	Hotel	\$ 351,00	4	\$ 87,75
1	Hotel	\$ 302,00	3	\$ 100,67
1	Hotel	\$ 150,00	2	\$ 75,00
1	Hotel	\$ 120,00	1	\$ 120,00
1	Hotel	\$ 140,00	2	\$ 70,00
1	Hotel	\$ 120,00	1	\$ 120,00
1	Hotel	\$ 198,00	2	\$ 99,00
1	Hotel	\$ 237,00	2	\$ 118,50
1	Hotel	\$ 150,00	2	\$ 75,00
1	Hotel	\$ 198,00	2	\$ 99,00
1	Hotel	\$ 351,00	4	\$ 87,75
1	Hotel	\$ 223,00	3	\$ 74,33
1	Hotel	\$ 184,00	2	\$ 92,00
1	Hotel	\$ 120,00	1	\$ 120,00
1	Hotel	\$ 237,00	2	\$ 118,50
1	Hotel	\$ 275,00	3	\$ 91,67
1	Hotel	\$ 242,00	3	\$ 80,67
1	Hotel	\$ 120,00	1	\$ 120,00
1	Hotel	\$ 184,00	2	\$ 92,00

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

1	Hotel	\$ 275,00	3	\$ 91,67
1	Hotel	\$ 130,00	1	\$ 130,00
1	Hotel	\$ 351,00	4	\$ 87,75
1	Hotel	\$ 240,00	4	\$ 60,00
1	Hotel	\$ 198,00	2	\$ 99,00
1	Hotel	\$ 237,00	2	\$ 118,50
1	Hotel	\$ 140,00	2	\$ 70,00
1	Hotel	\$ 198,00	2	\$ 99,00
1	Hotel	\$ 160,00	2	\$ 80,00
1	Casa Familiares /amigos	\$ 0,00	2	\$ 0,00
1	Casa Familiares /amigos	\$ 0,00	1	\$ 0,00
1	Casa Familiares /amigos	\$ 0,00	2	\$ 0,00
1	Casa Familiares /amigos	\$ 0,00	3	\$ 0,00
1	Casa Familiares /amigos	\$ 0,00	1	\$ 0,00
1	Casa Familiares /amigos	\$ 0,00	1	\$ 0,00
1	Casa Familiares /amigos	\$ 0,00	2	\$ 0,00
1	Casa Familiares /amigos	\$ 0,00	3	\$ 0,00
1	Casa Familiares /amigos	\$ 0,00	1	\$ 0,00
1	Casa Familiares /amigos	\$ 0,00	2	\$ 0,00
1	Casa Familiares /amigos	\$ 0,00	2	\$ 0,00
1	Otro (Cabaña)	\$ 220,00	3	\$ 73,33
1	Otro (Depto.)	\$ 320,00	5	\$ 64,00
1	Otro (Cabaña)	\$ 320,00	4	\$ 80,00
1	Otro (Cabaña)	\$ 450,00	6	\$ 75,00
57				\$ 4.170,08
Gasto Promedio de Alojamiento				\$ 73.16

Cálculo Estadía Promedio por No Residente

Tiempo de permanencia en la ciudad

a- Menos de 24hs	b- Entre 1 o 2 días	c- Entre 2 y 3 días	d- Más días	
11	36	20	1	68
16,18%	52,94%	29,41%	01,47%	100,00%

Intervalo	f	FA
menos de 1 un día	11	11
1 a 2 días	36	47
2 a 3 días	20	67
más de 3 días	1	68
	68	

$$L2 + [n/2 - FA2 * i]/f = M$$

$$1 + [68/2 - 11 * 1] / 36 = 1,64^*$$

* Estadía Promedio 1,64 días

4-

Gasto Medio Diario por No Residente

Explicación de procedimiento para llegar al gasto medio diario por No Residente (Ver Anexo III – 4).

Cálculos detallados en Anexo VI – 5 /Versión extendida en formato digital.

Resultado Gasto Medio diario por Ítem por No Residente - Pregunta 10 de la encuesta

De los 68 No Residentes encuestados, 49 accedieron a estimar sus gastos en diferentes ítems

Tipo de Gastos	Importe
Alimentos y Bebidas	\$ 77,86
Transporte y Estacionamiento	\$ 4,59
Excursiones y Paseos	\$ 0,00
Equipamiento Personal (Textil, calzado, etc.)	\$ 0,51
Bienes para el hogar	\$ 0,00
Recuerdos u otros productos turísticos	\$ 3,83
Otros Bienes	\$ 0,51
Gasto Medio Diario por no Residente de 49/68	\$ 87,30

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Resultado Gasto Medio Diario "Global" por No Residente
Pregunta 10

De los 68 No Residentes encuestados, 19 optaron por responder a la pregunta N°11, donde debían indicar en forma estimativa su gasto diario sin incluir alojamiento.

No Residente (n)	Gasto Diario	Personas Incluidas	Gasto por No Residente (i)
1	\$ 150	1	\$ 150
1	\$ 100	1	\$ 100
1	\$ 200	2	\$ 100
1	\$ 250	2	\$ 125
1	\$ 100	2	\$ 50
1	\$ 200	2	\$ 100
1	\$ 300	3	\$ 100
1	\$ 250	3	\$ 83
1	\$ 300	4	\$ 75
1	\$ 150	2	\$ 75
1	\$ 100	1	\$ 100
1	\$ 250	3	\$ 83
1	\$ 100	1	\$ 100
1	\$ 200	2	\$ 100
1	\$ 350	4	\$ 88
1	\$ 200	2	\$ 100
1	\$ 150	1	\$ 150
1	\$ 100	1	\$ 100
1	\$ 175	2	\$ 88
19			\$ 1.867

$\sum i / n$ = Gasto medio diario "Global" por No Residente de un total de 19 de ellos =>

\$1867 / 19 = \$98

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”**Gasto Medio por No Residente**

Finalmente, tomando los dos valores anteriormente obtenidos" El Gasto medio diario por No Residente incluyendo los diferentes ítems (1)" y El Gasto Medio diario Global por no Residente (2)", se llega al valor definitivo del Gasto Medio Diario por No Residente.

Importes Gastos Medios Diarios		No Residentes	Importe Total (i)	$\Sigma i / n^*$
1	\$ 87,30	49	\$ 4.277,70	
2	\$ 98,00	19	\$ 1.862,00	
		68	\$ 6.139,70	\$ 90,29

***Gasto Medio Diario por No Residente = $[\Sigma i] / n = \$ 90,29$**

Anexo VII: Cálculo Multiplicador Keynesiano

$$MK = \frac{1}{1 - c(1 - t) + m}$$

Cálculo de "c" - Propensión Marginal al Consumo (PMgC)

La PMgC mide la relación existente entre las variaciones en el consumo y los cambios en el ingreso. Dicha relación está comprendida entre cero y uno. Esto implica que las unidades económicas poseen capacidad de ahorro. En efecto si la PMgC fuese igual a uno el ingreso se destinaría íntegramente al consumo. En cambio, si fuera cero significaría que todo aumento del ingreso se destina al ahorro

Cada uno de los eventos cuenta con una PMgC diferente, con lo que para unificar conceptos se procedió a hacer un promedio entre todas ellas

c 1	Fiesta Provincial de la Vaca	0,04
c 2	Encuentro Internacional de Teatro "Otoño Azul"	0,04
c 3	Encuentro Mototurístico de Semana Santa	0,036
c 4	Fiesta Nacional de la Miel	0,019
	Total	0,10
c =	PMgC Promedio de los Eventos	0,03375

Cálculo de "m" - Propensión marginal a importar

La propensión marginal a importar representa la proporción de compras que se realizan fuera de la economía local con respecto al nivel de facturación

Debido a que se desconocía tal dato, se lo calculó tomando como referencia los importes de uno de los prestadores más importantes de la ciudad. Por esta razón debemos entender tal resultado como una estimación por defecto.

$$m = \text{Importe Compras Productos Importados} / \text{Nivel de Facturación}$$

$$m = \$97.500 / \$2.300.000$$

$$m = 0,04$$

Cálculo de "t" - Presión Fiscal

La Presión Fiscal de un País, región o ciudad es el porcentaje del PBI recaudado por el sector público por impuestos. Esto dicho de otro modo, es qué porcentaje del PBI representa la suma de la recaudación de impuestos.

En este caso para calcular "t" se debe relacionar la recaudación total de la ciudad de Azul proveniente de las tasas con el Producto Bruto Geográfico de la misma.

$$t = \text{Presión Fiscal de la Ciudad de Azul} / \text{Producto Bruto Geográfico de Azul 2010}$$

$$t = 40.274.950 / 2.478.587,21$$

$$t = 16,25\% = 0,1625$$

El detalle de los datos empleados se expone a continuación,

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Recaudación de Tasas estimada 2010 = 40.274.950*

*Fuente: Estimación recaudación proveniente de las tasas en el presupuesto 2010 de la Ciudad de Azul.

Producto Bruto Geográfico Azul 2010 = 2.478.587,21*

*Para calcularlo se debió aplicar la siguiente fórmula,

Producto Bruto Nominal o Corriente (2010) = Producto Bruto Real o Constante x Índice de Precios Implícitos (IPI)

- El Producto Bruto Real = 712.381*

*Producto Bruto Geográfico de la ciudad de Azul. Año 2003. En miles de pesos corrientes 2003. Fuente Dirección Provincial Estadística.

- El IPI = 347,93*

*Dicho valor se obtuvo a través de la siguiente fórmula,

$$\text{IPI} = 30\% \text{ IPC} + 70\% \text{ IPMAY} = 30\% (122,86) + 70\% (444,39) = 347,93$$

Siendo, IPC = Índice de Precios al consumidor, y IPMAY = Índice de Precios Mayoristas

Según el INDEC, para Noviembre de 2010 a nivel general se registraron los valores aplicados en la fórmula.

Por consiguiente,

$$\text{Producto Bruto Nominal o Corriente} = 712.381 \times 347,93 = \mathbf{2.478.587,21}$$

Anexos Versión Extendida en Formato Digital – CD Adjunto al material Impreso.

Anexo I: Información sobre la Ciudad de Azul

1 – Ubicación e Información General.....	4
2- Mapas.....	6
3 - Listado de Eventos Especiales en la Ciudad de Azul.....	9
4- Análisis FODA de la Ciudad.....	11
5- Decreto 1771/06.....	13

Anexo II: Modelo de Encuestas

1 - Encuestas a Residentes y No Residentes Durante los Eventos.....	19
2- Encuestas a Residentes de la Ciudad Azul.....	22
3- Encuesta a Establecimientos Comerciales y de Servicios de la Ciudad de Azul.....	25

Anexo III: Fiesta Provincial de la Vaca

1- Entrevista a los organizadores.....	26
2- Detalle Gastos Directos e Ingresos.....	30
3- Resultados de la Encuesta a los Residentes y No Residentes durante los Eventos.....	32
4- Cálculo Gasto Promedio de Alojamiento por Turista y Cálculo Estadía Promedio.....	37
5- Cálculo Gasto Medio Diario por No Residente.....	39
6- Cálculo Valoración de los efectos sociales y económicos por parte de los Residentes de la ciudad.....	46
7- Perfil Residentes y no Residentes.....	50

Anexo IV: Encuentro Internacional de Teatro Otoño Azul

1- Entrevista a los organizadores.....	52
2- Detalle Gastos Directos e Ingresos.....	59

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

3- Resultado de las Encuestas a los Residentes y No Residentes durante los Eventos.....	60
4- Cálculo Gasto Promedio de Alojamiento por Turista y Cálculo Estadía Promedio.....	65
5- Cálculo Gasto Medio Diario por No Residente.....	66
6- Cálculo Valoración de los efectos sociales y económicos por parte de los Residentes de la ciudad.....	69
7- Perfil Residentes y no Residentes.....	73

Anexo V: Encuentro Mototurístico de Semana Santa

1- Entrevista a los organizadores.....	75
2- Detalle Gastos Directos e Ingresos.....	80
3- Resultado de las Encuestas a los Residentes y No Residentes durante los Eventos.....	81
4- Cálculo Gasto Promedio de Alojamiento por Turista y Cálculo Estadía Promedio.....	86
5- Cálculo Gasto Medio Diario por No Residente.....	88
6- Cálculo Valoración de los efectos sociales y económicos por parte de los Residentes de la ciudad.....	92
7- Perfil Residentes y no Residentes.....	96

Anexo VI: Fiesta Nacional de la Miel

1- Entrevista a los organizadores.....	98
2- Detalle Gastos Directos e Ingresos.....	102
3- Resultado de las Encuestas a los Residentes y No Residentes durante los Eventos.....	103
4- Cálculo Gasto Promedio de Alojamiento por Turista y Cálculo Estadía Promedio.....	108
5- Cálculo Gasto Medio Diario por No Residente.....	111
6- Cálculo Valoración de los efectos sociales y económicos por parte de los Residentes de la ciudad.....	115
7- Perfil Residentes y no Residentes.....	119

“Impacto Socioeconómico de los Eventos Culturales: Caso Ciudad de Azul, Argentina”

Anexo VII: Efectos Inducidos sobre el nivel de Producción y el empleo

- 1- Resultados encuesta a Establecimientos comerciales y de servicios de la ciudad de Azul.....121
- 2- Análisis resultados de la encuesta (Anexo VII – 1) sobre la hotelería y la restauración.....124

Anexo VIII: Resultados de la Encuesta a los Residentes de la ciudad de Azul.....125

Anexo IX: Cálculo Efecto Multiplicador

- 1 – Gasto Medio Diario y de alojamiento por No Residentes según su Nivel de Ingreso, y su PMgC de la Fiesta Provincial de la Vaca.....130
- 2 - Gasto Medio Diario y de alojamiento por No Residentes según su Nivel de Ingreso, y su PMgC del Encuentro Internacional de Teatro “Otoño Azul.....152
- 3 - Gasto Medio Diario y de alojamiento por No Residentes según su Nivel de Ingreso, y su PMgC del Encuentro Mototurístico de Semana Santa.....162
- 4 - Gasto Medio Diario y de alojamiento por No Residentes según su Nivel de Ingreso, y su PMgC de la Fiesta Nacional de la Miel.....179
- 5 – Cálculo Multiplicador Keynesiano.....198