



**Universidad**  
Zaragoza

## Trabajo Fin de Grado

Turismo de festivales en España: evolución, impacto y estudio de caso.

Tourism festivals in Spain: evolution, impact and case study.

Autor/es

Vanessa Mayayo Sánchez

Director/es

Tatiana Iñiguez Berrozpe

Escuela de Turismo Universitaria de Zaragoza  
2016

## Índice

1. Introducción .....	4
2. Objetivos .....	5
3. Metodología .....	6
4. Análisis del turismo de festivales.....	7
4.1. Evolución.....	7
4.2. Festivales de música en España.....	8
4.3. Impacto turístico .....	12
4.3.1. Visitantes.....	12
4.3.2. Impacto económico y repercusión en la zona .....	17
4.3.3. Promoción .....	20
4.4. Legislación festivales de música .....	22
4.5. DAFO sobre los festivales de música.....	24
4.5.1. Debilidades .....	25
4.5.2. Amenazas .....	26
4.5.3. Fortalezas .....	26
4.5.4. Oportunidades .....	27
5. Estudio de caso.....	28
5.1. Historia .....	28
5.2. Localización.....	29
5.3. Visitantes .....	30
5.4. Impacto económico.....	31
5.5. Alojamiento .....	31
5.6. Actividades complementarias.....	34
5.7. Cartel 2016 y logo FIB .....	35
5.8. Sponsors festival.....	37
5.9. Información de interés .....	38
5.10. Legislación aplicable .....	38
6. Líneas estratégicas .....	39
7. Conclusiones .....	40
8. Bibliografía .....	41

## Índice de tablas

Tabla 1 .....	9
Tabla 2 .....	15
Tabla 3 .....	23
Tabla 4 .....	25
Tabla 5 .....	32
Tabla 6 .....	33
Tabla 7 .....	34

## Índice de imágenes

Imagen 1 .....	20
Imagen 2 .....	30
Imagen 3 .....	36
Imagen 4 .....	36
Imagen 5 .....	37

## **1. Introducción**

El presente proyecto pertenece al Trabajo Fin de Grado del Grado de Turismo de la universidad de Zaragoza, del 4º curso del año académico 2015-2016. He elegido este tema porque pretendo realizar una investigación sobre la evolución del turismo de festivales, centrándome en España, poder conocer así las causas de su éxito y el impacto que genera en las zonas en las que se realiza este tipo de eventos.

En los últimos años la demanda turística ha evolucionado, por lo que la oferta se ha tenido que ir adaptando a las exigencias de los consumidores. Esta oferta de festivales ha ido creciendo en el territorio español a partir de la década de los 90, en la cual nacieron muchos de los festivales actuales. Estos, en los últimos años, han logrado conseguir un reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional.

Este tipo de turismo se caracteriza por ser macro eventos, ya que reúnen a una gran cantidad de asistentes durante una media de 4 días, en un lugar determinado y en unas fechas que se repiten anualmente. Esto provoca un atractivo turístico a la zona, lo que atrae a un mayor número de personas que además les permite conocer los recursos turísticos que posee el municipio o la zona en la que se celebra. Durante la duración de estos eventos se favorece la economía de la zona, sobre todo al sector de la hostelería que obtiene importantes beneficios. Por otra parte, la realización de este tipo de turismo crea numerosos empleos tanto directos como indirectos, la mayor parte personal es de la zona en la que se realiza.

Los festivales de música en nuestro país poseen una gran importancia debido a que atraen a un gran número de personas. También se puede observar que dependiendo del país en el que se celebran los asistentes poseen diferentes hábitos a la hora de elegir asistir a un festival u otro.

La realización de este tipo de eventos posee ciertos aspectos positivos y negativos, y muchas veces se debe realizar un análisis para decidir si se celebra o finalmente se cancela, ya que puede ser que no se recupere la inversión inicial que se realizó. Estos eventos poseen una legislación bastante estricta, que varía dependiendo en la comunidad autónoma en la que se realiza.

Por otra parte las empresas que los realizan deben realizar una buena promoción para conseguir atraer a un mayor número de asistentes. Esta promoción que realiza la suelen desarrollar a través de las redes sociales ya que llega un mayor número de personas y es más fácil difundir las novedades y la información necesaria.

Con este trabajo además de una visión general del conjunto de los festivales, busco conocer un poco más a fondo el FIB como ejemplo de este tipo de turismo de festivales, su historia, el impacto que posee y averiguar el éxito de uno de los festivales nacionales e internacionales más importantes. Además de conocer el impacto que produce en la zona, la oferta turística que posee el municipio y el gasto que realizan los asistentes en este tipo de eventos.

## **2. Objetivos**

Con este trabajo, quiero realizar un análisis acerca del turismo de festivales, ya que es un producto que mueve a numerosas personas ya no solo en el territorio nacional sino también a nivel internacional. Para ello me planteo los siguientes objetivos:

- Conocer la evolución de los festivales de música a lo largo de los años, desde que se comenzó a comercializar este tipo de macro evento a la actualidad; además de conocer las diferentes tipologías existentes de festivales, ya que dependen de la música que promocionan y de la zona en la que se realiza.

- Averiguar el impacto que causan estos macro eventos en la población local, así como el impacto turístico y económico en la zona, y saber si eso beneficia a que la zona tenga un aumento de los turistas.
- Realizar un análisis DAFO sobre este tipo de turismo que se da en un periodo corto de tiempo y analizar sus puntos fuertes y débiles.
- Conocer la promoción que se realiza sobre estos eventos en la propia página web o en las redes sociales.
- Comprender la segmentación turística que produce la realización de este tipo de turismo.
- Realizar un estudio de caso a través de un análisis de un festival de música español y conocer su evolución desde que se creó.

### **3. Metodología**

Para la realización de este trabajo la metodología más adecuada ha sido principalmente la utilización de fuentes secundarias, y dentro de este bloque las fuentes documentales. Para este trabajo considero que son las que más información pueden aportar para conocer datos relevantes sobre este tipo de turismo, debido a que la mayoría de las cifras acerca de los visitantes, de los ingresos que generan, de los puestos de trabajo que se crean tanto directos como indirectos y el impacto que generan aparecen principalmente en periódicos o en las páginas oficiales de los festivales. Las fuentes documentales que voy a utilizar son revistas, bases de datos, artículos de revistas, artículos de periódicos, páginas web, etc.

## **4. Análisis del turismo de festivales**

### **4.1. Evolución**

Según la RAE (2015) un festival "es una fiesta, especialmente musical. Además de ser un conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte."

Además los festivales los consideramos como un evento y la definición que nos proporciona la RAE (2015) de evento es " un suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva".

La definición que nos aporta ABC (2015) sobre la palabra festival es un término que se refiere a eventos que poseen diversos actos y por lo general duran varios días. Además este tipo de eventos atrae a una mayor cantidad de gente, debido a que posee una mayor difusión y llega a una mayor cantidad de personas.

Según la definición de la OMT podemos clasificar los festivales en un tipo de turismo, debido a que engloba diferentes actividades que se realizan fuera de la residencia habitual del visitante y la realiza en un periodo inferior a un año. Además la realización de este tipo de turismo posee un fin específico que es el ocio.

Con las definiciones que nos ofrece la RAE y la OMT se puede decir que los festivales son macro eventos debido a que engloban a una gran cantidad de personas que visitan el espacio en un tiempo corto de tiempo, ya que la mayoría de estos festivales duran una media de 5 días.

En España antes de los años 90 apenas existía una oferta de festivales en el territorio, y a partir de los 90 se produjo un gran nacimiento de nuevos festivales, comenzó en 1994 cuando se creó el Sónar en Barcelona y el Festimad en Madrid, en el año 1995 nació el Festival de Benicasim, en 1996 llegó el Viñarock a Villarobledo en Albacete. A partir de la creación de estos primeros festivales en la década de los 90 se han ido creando numerosos

eventos pero también han desaparecido bastantes debido a que no pueden hacer frente a la inversión necesaria o no cumplen las expectativas de los visitantes (Cores, 20 minutos, 2015).

Entre los mejores festivales de música que existen encontramos algunos españoles como son: el Sónar que se celebra en Barcelona y que lleva ya 23 ediciones y se encuentra en el noveno puesto, en el undécimo puesto encontramos el FIB de Benicassim, además en los puestos 13º y 15º encontramos el Bilbao BBK Live y el Primavera Sound respectivamente. El Sonorama que se creó en el año 1998 ocupa el 17º puesto en la lista. Estos cuatro festivales españoles se encuentran entre los 40 mejores festivales de música que se realizan a lo largo de todo el mundo (RockStereoSpectro, 2014)

#### **4.2. Festivales de música en España.**

Como ya he explicado en el punto anterior, España posee una amplia oferta de festivales de música, algunos de estos poseen un cierto prestigio y experiencia en el sector que atrae a un gran número de visitantes lo que se traduce en un impacto positivo para el sector.

En la siguiente tabla se muestran los festivales de música en España que atrajeron a un mayor número de asistentes durante el año 2015, siendo estos los diez que más recibieron, el lugar en el cual se realizan y los días de duración de cada uno.



Tabla 1: Festivales de música en España, con mayor número de asistentes en 2015.

<b>Festival</b>	<b>Localización</b>	<b>Duración</b>	<b>Asistentes</b>
<b>Arenal Sound</b>	Burriana (Castellón)	6 días	260.000
<b>Rototom Sunsplash</b>	Benicasim (Castellón)	8 días	250.000
<b>ViñaRock</b>	Villarrobledo (Albacete)	3 días	200.000
<b>Primavera Sound</b>	Barcelona	4 días	175.000
<b>Alrumbo Festival</b>	Chipiona (Cádiz)	3 días	150.000
<b>Bilbao BBK Live</b>	Bilbao	3 días	120.000
<b>Sónar Barcelona</b>	Barcelona	3 días	120.000
<b>FIB</b>	Benicasim (Castellón)	4 días	115.000
<b>SOS 4.8</b>	Murcia	2 días	75.000
<b>Low Festival</b>	Benidorm	3 días	70.000

Elaboración propia. Fuente Dodmagazine (2015).

Como podemos observar en la tabla, estos son los festivales que se realizaron durante el año 2015 y que tuvieron una mayor afluencia de visitantes. Podemos percibir que la importante afluencia a estos macro eventos produce un impacto positivo en los municipios colindantes de donde se realiza. Los más multitudinarios fueron el Arenal Sound, seguido por el Rototom Sunsplash y el ViñaRock. Estos festivales son los más multitudinarios que se celebran en España, debido a que llevan varias ediciones realizándose y son conocidos a nivel internacional. Estos festivales se caracterizan por ofrecer diferentes tipos de música lo que

atrae a un mayor número de personas, ya que se ofrece un tipo de música que en otros festivales no está tan presente, como el caso del Rototom Sunsplash que está dedicado exclusivamente a la música reggae.

El Arenal Sound es un festival que nació en el año 2010, en la localidad de Burriana (Castellón). Actualmente es el festival que atrae a un mayor número de asistentes en España. Este festival acoge los géneros de música independiente, electrónica y mestizaje. Se celebra durante la primera semana del mes de agosto. Además se diferencia del resto por su cercanía a la playa, ya que uno de sus escenarios se encuentra en la arena. El pasado mes de agosto el festival celebró su 7ª edición (Arenal Sound, 2016).

El Rototom Sunsplash es el mayor festival que existe de música reggae en el mundo. La asociación Rototom se creó en el año 1991 y a partir de ese momento comenzó a crearse lo que posteriormente sería el festival. Al principio era solamente una discoteca pero conforme pasaron los años se convirtió en un lugar de referencia y tuvieron que ir cambiando los emplazamientos debido a la gran afluencia de visitantes. Este festival se celebra en la localidad de Benicassim en el mes de agosto, y este año ha celebrado la 23ª edición.

Otro de los festivales que atrae a un mayor número de personas es el Viñarock, que se celebra desde el año 1996 en la localidad de Villarobledo (Albacete). Se centra fundamentalmente en los estilos musicales de rock y hip-hop. Este festival se celebra anualmente el fin de semana anterior al 1 de mayo. Desde sus inicios lleva ya celebradas 21 ediciones (Viña Rock, 2016).

Además de estos festivales que pueden categorizarse como los más importantes de España y los que más se conozcan en el extranjero. Pero aparte de estos, existen numerosos eventos que se reparten por todo el territorio, que poseen estilos de música variados y cada uno de ellos, posee una temática diferente. Entre los numerosos eventos que se realizan por

toda España, en la Comunidad de Aragón sobresale el festival Pirineos Sur, el PIR y el Monegros Desert festival.

El festival Pirineos Sur, es un evento que se celebra en el municipio de Sallent de Gállego (Huesca), en el pirineo aragonés. Este evento atrae tanto a asistentes nacionales como internacionales. Hay que añadir que se ha establecido como uno de los certámenes europeos que poseen un mayor prestigio, ya que engloba músicas características de diversas zonas culturales (Barlés, Abella, & Mur, 2012). Este evento fue creado en el año 1994 proponiendo una semana de música africana, después del primer año han ido adquiriendo diferentes temáticas que muestran las diferentes culturas. Lo que más llama la atención de este festival, es que la sede principal del evento es un escenario flotante que se encuentra en el embalse de Lanuza (Pirineos Sur, 2016).

El festival de música y cultura pirenaicas (PIR) nace en 1997 a partir de la colaboración de la Comarca de la Jacetania, la Diputación provincial de Huesca y los pueblos que pertenecían a la Mancomunidad de los Valles (Ansó, Hecho, Aragüés del Puerto y Jasa), que celebran alternativamente el festival en el mes de julio. En este año 2016 celebró su 20ª edición en la localidad de Hecho. Este festival se creó para dar a conocer la diversidad musical existente en estos territorios. La variedad musical se extiende desde la Cerdaña hasta el País Vasco. Además de la música, también posee un espacio para la proyección de películas, presentaciones de libros, realización de conferencias y exposiciones (Valle de Hecho, 2016).

El Monegros Desert Festival o Groove Parade, es un festival que se realiza en el desierto de los Monegros (Huesca), entre los municipios de Candanos y Fraga. Es un festival que nació en 1994 y está dedicado a la música electrónica, es el mayor festival de este tipo de música en España. En el año 2015 el festival no se celebró, debido un problema de propiedad en los terrenos, en los cuales, se iba a realizar. El festival posee numerosos seguidores tanto

nacionales como internacionales, la mayoría de estos últimos procedentes de Francia (EFE, El País, 2015)

### **4.3. Impacto turístico**

#### **4.3.1. Visitantes**

Cada año las personas que acuden a algún festival de música aumentan debido a que se crean nuevos eventos de este tipo, aumentan el aforo, etc. Además hay que sumar las condiciones favorables con respecto a la climatología que posee España, lo que lo hace idóneo para la realización de estos macro eventos. Este tipo de eventos son un tipo de turismo alternativo que cada vez más atrae a un mayor público. Esto hace que se consoliden los festivales en diferentes zonas, sobre todo en las zonas de costa, y favorezcan a los empresarios de los alrededores.

Este tipo de eventos musicales atraen fundamentalmente a un público joven que es el que asiste a los conciertos y permanece en los recintos, y muchas veces repiten su visita en la edición del siguiente año.

Los visitantes son cada vez más exigentes a la hora de acudir a un determinado festival, ya que buscan unos grupos en concreto, actividades adicionales a los conciertos, la forma de acudir al evento, el alojamiento existente durante el evento, etc.

Los hábitos que poseen los asistentes de un festival de música en España a la hora de elegir a cuál de ellos asistir, en primer lugar para la mayoría de las personas que realizaron la encuesta es el cartel, es decir, los grupos que van a actuar durante el festival, seguido de los amigos que deciden a que festival prefieren o les interesa más asistir y en tercer puesto se basan en la experiencia adquirida en años anteriores. Cabe añadir que para este público su mayor deseo es poder escuchar a sus grupos favoritos. Una gran parte de las personas que acuden a los festivales los descubren a través de las redes sociales. Además la mayoría de las

personas que acude a estos festivales eligen para el desplazamiento el coche o el autobús para llegar al recinto. (Navas Rosal, Industria musical, 2015)

Si lo comparamos con los hábitos en Reino Unido a la hora de escoger un festival, estos difieren un poco con respecto al público asistente en España, lo que más les importa a la hora de escoger un festival es la música, seguido de la fiesta y por último poder socializarse con la gente asistente. También reconocieron que el festival favorito de Reino Unido es Glastonbury. (Navas Rosal, Industria musical, 2015)

Glastonbury es un festival que posee una gran historia ya que comenzó en 1970, se celebra próximo a la ciudad de Pilton, Somerset en Inglaterra. Se considera como un festival en el que cuentan con representación de diferentes artes escénicas y es reconocido por la música contemporánea de sus conciertos. (Glastonbury website, 2016)

Cabe destacar que la mayoría de las personas que asisten a estos festivales en España son nacionales, debido a que buscan una opción más barata para poder ver a diferentes artistas en un mismo lugar. El público difiere bastante dependiendo al festival que decidan ir, ya que algunos de ellos concentran una mayor parte de turistas extranjeros que nacionales. (El Mundo, 2016). Estos datos son aportados por la Diputación y las instituciones que realizan este tipo de macro eventos.

Según la noticia publicada en la página del periódico 20 minutos (EFE, 2016) durante el año 2015 los asistentes que fueron a alguno de estos eventos superaron los 3 millones de personas. Se debe añadir que el que más público acogió durante su duración fue el Arenal Sound que se celebra en Burriana, en la provincia de Castellón. Estas cifras las han aportado las entidades que organizan los festivales, los ayuntamientos de los municipios en los que se desarrolla y los medios de comunicación locales, se ha realizado de esta forma debido a la falta de datos de alguno de estos eventos.

Hay que añadir que Cataluña es la comunidad autónoma que más festivales realiza durante todo el año (166), pero los más conocidos y los más multitudinarios se encuentran en la comunidad valenciana (EFE, 20 minutos, 2016).

Durante los últimos años se han mantenido el número de festivales que se realizan en España. Según la noticia publicada en el periódico Heraldo de Aragón (Díaz, 2014) en los últimos años se han creado 158 festivales y han desaparecido 160, debido la mayoría de las veces a la situación económica en la que nos encontramos. La gran parte de estos eventos se encuentran localizados en Madrid o en Barcelona.

La clasificación realizada por el INE (Instituto Nacional de Estadística) engloba a este tipo de eventos en las actividades de ocio, recreo y vacaciones, así que no nos proporciona un dato exacto sobre los visitantes y el gasto exacto que realizan.

Según los datos de APM (Asociación de promotores musicales), la edición de 2015 del BBK live reunió a 120.000 personas, como consecuencia el festival tuvo que poner el cartel de sold out. Además el festival que atrae a un mayor número de visitantes es el Arenal Sound.

Tabla 2: Grado de ocupación hotelera y visitantes 2015 de los municipios donde se celebran los festivales

	<b>Murcia SOS 4.8</b>	<b>Albacete Viñarock</b>	<b>Benidorm Low Festival</b>	<b>Bilbao BBK Live</b>
<b>Enero</b>	24.411 (35'93%)	9.584 (30'08%)	88.267 (61'29%)	41.949 (42'98%)
<b>Febrero</b>	29.017 (46'79%)	12.371 (43'31%)	105.876 (63'65%)	48.588 (51'96%)
<b>Marzo</b>	30.339 (44'89%)	14.917 (40'50%)	136.403 (68'40%)	61.143 (59'03%)
<b>Abril</b>	33.126 (53'79%)	<b>16.666 (44'57%)</b>	185.074 (79'12%)	65.389 (66'26%)
<b>Mayo</b>	<b>33.237 (51'80%)</b>	<b>16.906 (42'29%)</b>	187.879 (80'09%)	76.864 (76'52%)
<b>Junio</b>	28.441 (46'55%)	17.093 (45'74%)	190.815 (85'44%)	75.269 (74'82%)
<b>Julio</b>	26.542 (41'89%)	14.394 (34'11%)	<b>213.154 (85'99%)</b>	<b>90.193 (82'80%)</b>
<b>Agosto</b>	25.044 (35'52%)	13.453 (34'23%)	238.250 (89'50%)	91.665 (86'62%)
<b>Septiembre</b>	32.604 (53'04%)	19.431 (58'02%)	177.765 (89'01%)	81.068 (83'33%)
<b>Octubre</b>	33.796 (53'96%)	15.899 (52'83%)	161.9204 (83'38%)	78.910 (80'00%)
<b>Noviembre</b>	30.124 (49'90%)	15.925 (47'58%)	115.379 (47'58%)	59.259 (63'38%)
<b>Diciembre</b>	30.172 (41'74%)	12.747 (34'56%)	107.709 (62'87%)	56.004 (51'45%)

Elaboración propia. Fuente: INE

En la tabla podemos observar cuatro de los municipios donde se celebran los festivales y la ocupación hotelera que tiene. Está detallado tanto el número de visitantes como el grado de ocupación de los hoteles del municipio.

En el caso del festival que se realiza en Murcia, en el mes de mayo, observamos que la ocupación hotelera aumenta con respecto a otros meses menos turísticos. Y posee un grado de ocupación hotelera mayor que en los meses de verano que es cuando hay un mayor número de turistas. Sin embargo tiene un mayor número de visitantes que el mes de abril teniendo una ocupación menor. Se puede observar que durante el resto del año el grado de ocupación ronda el 40%, excepto los meses de mayo, septiembre, octubre y noviembre.

En el caso de Albacete, municipio en el que se realiza el Viñarock podemos observar que se celebra a finales de abril y principios de mayo. En estos meses aumentan la ocupación hotelera. Y las plazas ofertadas son superiores a las de los meses de verano. Este municipio compensa que no atrae a una gran cantidad de turistas, con el festival que mueve a una gran cantidad de visitantes. Se puede observar que es un municipio poco turístico y los visitantes se concentran de los meses de abril a junio y de septiembre a noviembre.

El caso del Low festival que se celebra en el municipio de Benidorm es totalmente diferente. Debido a que el municipio es bastante turístico durante todo el año y atrae a los turistas sobre todo por el clima y la playa. Durante el mes de julio aumenta el número de turistas del municipio, pero la ocupación se mantiene más baja que en los meses de agosto y de septiembre. Pero durante el mes de julio hay un mayor número de visitantes que en mes de setiembre a pesar de tener un grado de ocupación mayor.

Bilbao también es una ciudad turística pero muchas de las personas que se desplazan en julio, lo realizan para asistir al festival BBK Live. Durante este mes hay un mayor número de visitantes, es el segundo mes que más visitantes recibe por detrás del mes de agosto. Y además llega casi al 83% de ocupación hotelera del municipio. Durante los meses de verano atrae a un mayor número de visitantes.



Según los resultados de la Encuesta de Hábitos y Prácticas culturales en España 2014-2015, el 24,5% de las personas encuestadas ha asistido a un concierto de música actual en el último año. Destaca que desde la encuesta que se realizó en el año 2010-2011 ha descendido la asistencia a este tipo de eventos.

#### **4.3.2. Impacto económico y repercusión en la zona.**

El impacto económico no solo se queda en la organización del festival sino que a su vez favorece a los comercios de hostelería y a los minoristas de la zona, que aumentan los ingresos mientras dura el festival.

Estos eventos generan empleos tanto directos para la realización y organización del festival como indirectos en la zona en la que se celebra. Este tipo de turismo posee un impacto positivo en la economía de los municipios colindantes.

Por ejemplo en la provincia de Castellón, en la que se realizan 15 festivales musicales durante el verano, esperan que en este año 2016 se puedan crear 5.000 empleos directos e indirectos en la zona en la que se celebran los festivales. Esto puede llegar a juntar a unos 650.000 visitantes. Hay que destacar que de los festivales que se realizan en la provincia de Castellón el FIB reúne sobre todo al público anglosajón, el Rototom posee un público más plurinacional y para finalizar la mayoría de los visitantes del Arenal Sound son nacionales con un apoyo del público europeo. El impacto económico que generaron en esta provincia durante el año 2015 supero los 45 millones de euros (El Mundo, 2016)

Según la noticia publicada por el periódico el diario (Bravo, 2016) acerca del festival del Viña Rock que se celebró el pasado mes de mayo, se calcula que reporto cerca de 15 millones de euros en los cuatro días que dura el festival. Este elevado ingreso y la afluencia de alrededor 200.000 personas han permitido la creación de alrededor de 1700 puestos de trabajo.

Los festivales proporcionan elevados ingresos en la economía de la zona y en los establecimientos que se encuentran en el municipio. Este tipo de macro eventos llega a conseguir unos ingresos cercanos a los 450 millones de euros solamente con la venta de las entradas y los abonos para estos eventos. De todos los gastos que realizan los visitantes a este tipo de eventos, cada uno de ellos deja en el municipio una media de 500 euros, en los que se incluye el viaje, el alojamiento y la manutención durante todos los días que van a estar en el festival (Prieto López, 2015).

Al ser un sector que atrae a un mayor número de asistentes cada año, le hace establecerse como un sector en crecimiento. Estos eventos llevan unos años con crecimiento principalmente en las zonas centrales de este tipo de macro eventos que son Cataluña, País Vasco y la Comunidad Valenciana.

Las zonas en las que se celebran estos eventos poseen una amplia oferta de alojamiento para que todos los visitantes puedan encontrar un alojamiento, ya sea en el mismo recinto en el que se celebra o en los municipios colindantes de la zona. Estos alojamientos que se encuentran en los recintos, en los que se celebra el festival cuentan con un gran espacio para las tiendas de campaña, además de contar con los servicios necesarios para que la estancia sea más cómoda, así como zonas delimitadas con alguna comodidad más exclusiva.

Fuera de nuestras fronteras el impacto que provoca este tipo de eventos es aún mayor, sobre todo en festivales que poseen un gran prestigio y que se realizan anualmente. El mayor festival de música electrónica Tomorrowland se celebra en la ciudad de Boom (Bélgica), y desde el año 2005 atrae a un gran número de asistentes de 200 nacionalidades diferentes. En este año 2016 celebró su 13ª edición, se celebra a finales del mes de julio. Lo organizan la empresa ID&T y Entertainment and media enterprise. Este macro evento posee características que le hacen único como pueden ser la decoración de los escenarios que parece irreal, la experiencia, etc. Además los artistas que actúan en este festival son conocidos mundialmente.

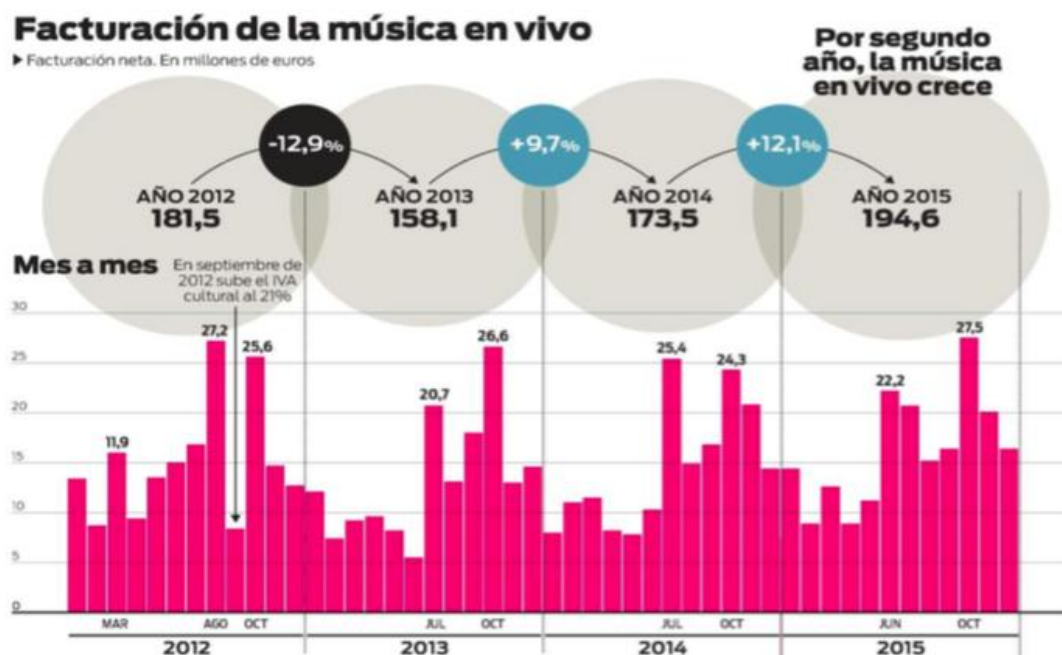
Esto ha hecho que la promoción que realizan sea muy importante, ya que poseen numerosos seguidores en las redes sociales que poseen. Este efecto se ha trasladado a otros países como Brasil o Estados Unidos que han copiado el modelo y les proporciona un resultado positivo. Su éxito recae principalmente en la propaganda audiovisual que realizan para la celebración del evento (Tomorrowland, 2016). Según la publicación que realizó la revista Forbes este festival dejó en el año 2015 un impacto económico de 100 millones de euros (Xerach, 2016).

Según la APM (Asociación de Promotores musicales) el festival Primavera Sound durante la edición de 2014 generó un impacto económico de 94,8 millones de euros.

El ayuntamiento de Bilbao ha publicado que la última edición del BBK Live ha generado un impacto de 19.450.000 euros en la propia ciudad. EL 25,5% de estos asistentes provienen de Reino Unido y Francia. Esta cita ha reunido a 102.865 personas.

La facturación de la música en vivo ha ido creciendo en los últimos años, a pesar de la subida del IVA cultural. En el gráfico se observa que desde el mes de septiembre de 2012 se produjo la subida del IVA cultural al 21%, se produce un descenso de la facturación de la música en vivo. En el año 2013 descendió un 12'9% con respecto al año 2012, a pesar de tener meses con una elevada facturación como fueron octubre y julio. En el año 2014 comienza a mejorar la situación ya que es el primer año que crece la facturación después de la subida del IVA. En el año 2015 también se produce una subida de la facturación del 12'1% con respecto al año anterior, siendo los meses de junio y octubre los que tuvieron una mayor facturación.

Imagen 1: Facturación de la música en vivo



Fuente: APM, 2016

#### 4.3.3. Promoción.

La promoción es una acción muy importante para que se puedan llevar a cabo estos eventos, porque en determinados casos se han suspendido ciertos festivales, antes de comenzar, por la falta de asistentes o por la imposibilidad de hacer frente a la elevada inversión inicial requerida para la realización de estos eventos. (Cores, 2015)

La promoción de este producto de música se suele realizar en las páginas web oficiales que posee cada festival, así como su presencia en las redes sociales para llegar a un mayor número de personas y poder dar a conocer el festival, así como las actuaciones que tendrán lugar en esa edición.

En las páginas web a la vez que promocionan el festival ofrecen los diferentes servicios que podemos encontrar en el recinto, en el cual, se celebra. Estos festivales nos ofrecen además la posibilidad de alojamiento en el recinto en los espacios o zonas dedicados para ello.

La promoción que realizan del festival empieza prácticamente desde que finaliza el del año anterior, ya que en la web oficial aparece una cuenta atrás de los días que faltan para volver a celebrarlo. Así como indicaciones sobre cómo llegar, contacto y packs que ofrecen a los visitantes que por ejemplo no quieran cargar durante todo el viaje con la tienda de campaña que utilizaran. Además van apareciendo los conciertos confirmados y van creando el nuevo cartel para ir animando a los posibles asistentes.

En estos festivales además del cartel propio también promocionan las actividades complementarias que se realizan en el recinto como pueden ser espectáculos, talleres, juegos, etc.

Como consecuencia de que no reciben las subvenciones para ayudar a la realización del festival, tienen que buscar empresas que promocionen sus productos durante el festival. Esto es una promoción que llega a una gran cantidad de personas como consecuencia del gran público que atrae. (Plaza, 2013)

Según el estudio realizado por BIME (Bizkaia international music experience) en el año 2014, sobre los festivales en España, podemos observar que mientras se está celebrando el festival, sigue habiendo una promoción de este, en las diferentes redes sociales como pueden ser Facebook, Twitter o Instagram, en las que el público asistente cuelga sus fotos y videos sobre lo que están viviendo en el festival. Esto favorece una mayor promoción y llegar a personas que por ejemplo no conocieran el festival o no sepan cómo se vive dentro de él.

A su vez los influencers, que intervienen en su promoción, pueden ser los organizadores, los patrocinadores, los artistas que estarán en el festival, los youtubers, los medios de comunicación, las marcas y en muchos casos los fans, todos ellos son incluso una herramienta principal a la hora de promocionar un festival en las redes sociales.

En la red social Facebook, las páginas web son rígidas y a simple vista no se diferencia lo que nos ofrece. Esto favorece el contacto con los grupos a los que va dirigido, y

a su vez está creando una operación comercial. Este tipo de páginas se crean para rentabilizar la utilización de la red social por la empresa organizadora del evento. En este tipo de redes sociales los usuarios pueden conocer los próximos eventos, escribir comentarios, compartir la página con otras personas, etc. Para los propietarios de las páginas de festivales lo importante es fidelizar a los usuarios y posibles asistentes a los eventos, para poder asegurar cierto éxito. Esta comunicación a través de las redes sociales crea un impacto positivo en los deseos del comportamiento del consumidor (Chierichetti, 2012).

#### **4.4. Legislación festivales de música**

La legislación de este tipo de espectáculos está regida por normativas de las diferentes Comunidades Autónomas, a su vez estas poseen ciertas diferencias en aspectos como pueden ser la concesión de una licencia, los seguros de responsabilidad civil, las fianzas, el personal necesario, inspecciones, etc. Esta legislación está recogida en la web del ministerio del interior del Gobierno de España (Gobierno de España, Ministerio del interior, 2016).

De todas las autonomías que forman España, 16 de ellas poseen una legislación relativa a la realización de espectáculos públicos y actividades recreativas. Estas leyes están actualizadas y publicadas en su correspondiente momento en el BOE (Gobierno de España, Ministerio del interior, 2016).

Esto puede llevar a que cada festival tenga que cumplir una serie de normas diferentes, y pueda diferir de otras comunidades, esto favorecerá que estos eventos se creen en zonas que posean una legislación menos estricta o que posea un mayor número de posibilidades para realizar el festival.

No todas las comunidades autónomas poseen el mismo atractivo turístico a la hora de realizar un festival de música en la zona, por este motivo he escogido comparar los aspectos más importantes de las legislaciones de las comunidades.

Tabla 3: Legislación Comunidades Autónomas

<b>Cataluña</b>	<b>Madrid</b>
Año 2009 Sanción leve máx. 1.000 euros Sanción muy grave máx. 200.000 euros Inspecciones: Generalitat, puede delegar en ayuntamientos Vigencia licencias y autorizaciones indefinida	Año 2015 (modificada) Sanción leve máx. 4.500 euros Sanción muy grave máx. 900.000 euros Inspecciones: Ayuntamientos y Comunidad de Madrid
<b>Comunidad Valenciana</b>	<b>Aragón</b>
Año 2010 Sanción leve máx. 600 euros Sanción muy grave máx. 300.000 euros Inspecciones: Generalitat y ayuntamientos	Año 2016 (modificada) Sanción leve máx. 600 euros Sanción muy grave máx. 600.000 euros Inspecciones: ayuntamientos y administración
<b>Andalucía</b>	<b>Canarias</b>
Año 2014 (modificada) Sanción leve máx. 300 euros Sanción muy grave máx. 600.000 euros Inspecciones: Policía local, junta de Andalucía, la administración y municipios	Año 2011 Sanción leve máx. 3.000 euros Sanción muy grave máx. 30.000 euros Inspecciones: Ayuntamientos, cabildos insulares y la administración
<b>Cantabria</b>	<b>Castilla La Mancha</b>
Año 2015 Sanción leve máx. 300 euros Sanción muy grave máx. 600.000 euros Inspecciones: administración	Año 2013(modificada) Sanción leve máx. 300 euros Sanción muy grave máx. 600.000 euros Inspecciones: corporaciones locales y Comunidad Autónoma
<b>Castilla y León</b>	<b>Comunidad Foral de Navarra</b>
Año 2015 (modificada) Sanción leve máx. 600 euros Sanción muy grave máx. 600.000 euros Inspecciones: Administración pública	Año 2001 (modificada) Sanción leve máx. 600 euros Sanción muy grave máx. 600.000 euros Inspecciones: Administración
<b>Extremadura</b>	<b>Islas Baleares</b>
Año 2016 Sanción leve máx. 300 euros Sanción muy grave máx. 60.000 euros Inspecciones: ayuntamientos y órganos competentes en materia de espectáculos públicos	Año 2013 (modificada) Sanción leve máx. 1000 euros Sanción muy grave máx. 100.000 euros Inspecciones: funcionarios con atribuciones en materia de espectáculos
<b>La Rioja</b>	<b>País Vasco</b>
Año 2014 (modificada) Sanción leve máx. 600 euros Sanción muy grave máx. 600.000 euros Inspecciones: fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, policía local y funcionarios acreditados	Año 2016 (modificada) Sanción leve máx. 1.200 euros Sanción muy grave máx. 150.000 euros Inspecciones: ayuntamientos, Dirección del gobierno vasco competente en materia de espectáculos
<b>Principado de Asturias</b>	<b>Región de Murcia</b>
Año 2002 Sanción leve máx. 600 euros Sanción muy grave máx. 60.000 euros Inspecciones: administración del Principado de Asturias y ayuntamientos	Año 2011 Sanción leve máx. 600 euros Sanción muy grave máx. 100.000 euros Inspecciones: funcionarios acreditados

Elaboración propia.

Fuentes: Ley 14/2010, de 3 de diciembre. LCV 2010/551; Ley 5/2016, de 2 de junio. LCA 2016; Ley 11/2009, de 6 de julio. LCC 2009; Ley 5/2015, de 18 de diciembre. LCM 2015. Ley 7/2011, de 5 de abril. LCC 2011; Ley 2/2015, de 1 de octubre. LCC 2015; Ley 7/2011, de 21 de marzo. LCCLM 2011; Ley 7/2006, de 2 de octubre. LCCYL 2006; Decreto foral 201/2002, de 23 de septiembre. LCFN 2002; Ley 4/2016, de 6 de mayo. LCE 2016; Ley 7/2013, de 26 de noviembre. LCB 2013; Ley 4/2000, de 25 de octubre. LCLR 2000; Ley 10/2015, de 23 de diciembre. LCPV 2015; Ley 8/2002, de 21 de octubre. LCPA 2002; Ley 2/2011, de 2 de marzo. LCRM 2011.

#### **4.5. DAFO sobre los festivales de música**

La realización de este tipo de eventos posee un conjunto de ventajas e inconvenientes que hay que tener en cuenta, a la hora de crear este producto. Para conocer mejor tanto sus debilidades, sus amenazas, sus fortalezas y sus oportunidades, se resumirán en un análisis DAFO y se explicarán posteriormente.



Tabla 4: DAFO sobre los festivales de música

<b>Debilidades (interno)</b>	<b>Amenazas (externo)</b>
<p>Gran coste</p> <p>No siempre se recupera la inversión</p> <p>No reciben subvenciones</p> <p>Protagonismo mayor de algún estilo musical</p> <p>Se repiten los artistas</p> <p>Problemas con la propiedad de los terrenos donde se celebra</p>	<p>Tiempo meteorológico</p> <p>Crisis</p> <p>Diferencias autonómicas en cuanto a la legislación</p>
<b>Fortalezas (interno)</b>	<b>Oportunidades (externo)</b>
<p>Diferentes tipos de música</p> <p>Ofrecen entrada y alojamiento</p> <p>Entradas de diferentes precios</p> <p>Amplia la oferta de ocio en la zona</p> <p>Experiencia en el sector</p>	<p>Atrae a numerosos turistas</p> <p>Favorece el turismo de la zona</p> <p>Promoción de diferentes marcas</p> <p>Acontecimientos periódicos</p> <p>Diversificación de la oferta</p>

#### 4.5.1. Debilidades

- El realizar un macro evento posee un elevado coste, debido a que es necesario poseer unas licencias, pagar a los artistas y adecuar la zona en la que se va a celebrar.

- No siempre se recupera la inversión realizada, ya que muchas veces no se recauda todo lo que se ha invertido, ya que normalmente es bastante elevada.
- Apenas reciben subvenciones para la realización de este tipo de eventos.
- Protagonismo mayor de algún estilo de musical, aunque en la mayoría promocionan diferentes estilos siempre hay uno que predomina por encima del resto.
- Se repiten los artistas que realizan sus conciertos en diferentes festivales a lo largo de toda la campaña. Ya que se pueden ver tanto en un festival en el sur de España como en los próximos 15 días en el norte.
- Se debe tener en cuenta la propiedad de los terrenos donde se celebra el festival, para evitar cancelaciones y seguir celebrando el festival.

#### **4.5.2. Amenazas**

- Tiempo meteorológico influye en la decisión de asistir a un festival, si en las ediciones anteriores el tiempo no ha resultado óptimo. Como consecuencia en algunos de estos casos se han tenido que suspender los conciertos que tenían programados. (ABC, 2015)
- La crisis afecta a la creación de nuevos festivales y se pierden asistentes debido a que destinan ese dinero a la realización de otras actividades.
- La legislación para la realización de estos eventos es algo diferente entre las comunidades autónomas, ya que cada una posee una ley propia que lo regule. Esto puede fomentar la creación de estos espectáculos en las zonas que posean una legislación más permisiva.

#### **4.5.3. Fortalezas**

- Este tipo de producto ofrece diferentes conciertos en los cuales se pueden ver diversos estilos de música, lo que atrae a una mayor cantidad de público.

- La mayoría de estos eventos poseen una zona habilitada para acampar que va incluida en el precio de la entrada, y así no tienen la necesidad de buscar alojamiento fuera del recinto del festival.
- Ofertan entradas a diferentes precios, ya que las van ofreciendo con bastante antelación y su precio se va elevando conforme se acerca la fecha del evento.
- Además de la oferta de los conciertos programados existe una oferta de ocio alternativo en la zona, en la cual, se realiza.
- Este tipo de eventos posee una cierta experiencia en el sector, debido a que llevan ya tiempo realizándose.

#### **4.5.4. Oportunidades**

- Este tipo de eventos atrae a numerosos turistas tanto a nivel nacional como internacional.
- Favorece el turismo en la zona, ya que este producto produce un impacto positivo en la economía del municipio.
- Promocionan diferentes marcas, que son las que ayudan a realizar estos festivales.
- Los festivales son eventos periódicos, ya que se celebran todos los años en torno a las mismas fechas. Lo que permite planear la asistencia con suficiente antelación.
- Diversificación de la oferta de la zona, ya que no solo se centra especialmente en el turismo de sol y playa. Atrae a un tipo de turista que se deslaza para poder escuchar durante unos días a sus artistas preferidos.

## **5. Estudio de caso**

Para analizar los impactos y la evolución de este tipo de festivales he decidido escoger el festival internacional de Benicasim (FIB) que se celebra en Castellón desde 1995. En este año 2016 se celebrará su 22ª edición. Se celebra todos los años en el mes de julio ininterrumpidamente.

### **5.1. Historia**

Este proyecto fue impulsado por los hermanos Morán, debido a que conocían el municipio en el que iban a crear el evento. Los hermanos Morán se retiraron de la empresa organizadora cuando cumple 15 años, y por lo tanto se queda como dueña la empresa Maraworld, que formaba parte de la organización desde el año 2004 (Morales, 2014).

La empresa Maraworld es una sociedad anónima que se creó en el año 1997, y en el 2004 entra a formar parte de la organización del FIB. Esta empresa se dedica a la producción, edición y a la distribución de soportes relacionados con la música. En la actualidad se dedica también a la promoción y desarrollo del FIB. Su sede se encuentra localizada en la localidad de Madrid. Desde el año 2004 el FIB continúa creciendo tanto su asistencia como el número de artistas que actúa durante el evento.

El FIB fue de los primeros festivales que hubo en España simultáneamente con el Sónar y con Doctor Music. En sus inicios era un festival que atraía a personas que estaban más "educadas" en géneros como el rock y el pop, y que poseían una mentalidad que estaba abierta a las novedades que aportaba la música. Cuando comenzó a celebrarse era una de las citas importantes del año (Morales, 2014).

En sus comienzos el festival se celebraba durante el mes de agosto pero debido a las quejas del sector de la hostelería en 2006 se cambiaron las fechas de realización y se

estableció el festival en el mes de julio. Las fechas se cambiaron para así poder evitar la aglomeración que pudiera producirse en la ciudad durante el mes de agosto (Morales, 2014).

En los primeros años del festival los grupos que predominaban eran las bandas británicas y españolas del género de pop rock, y más adelante se fue haciendo un hueco la música electrónica y los grupos europeos y americanos (Morales, 2014).

## **5.2. Localización**

Cuando se creó este evento en el año 1995, se encontraba situado en el velódromo de Benicasim. Dos años más tarde, en 1997, fue necesario añadir un nuevo escenario que localizado en el campo de fútbol. En la edición de 1997 se consiguió reunir a 17.000 personas y fue la primera vez en la historia del festival que se colgó el cartel de entradas agotadas. En 1998, se trasladó a su actual emplazamiento que se localiza junto a la N-340, que debido a la gran acogida que posee se ha ido ampliando paulatinamente con los años y a esta zona se le denominada como recinto de festivales (Morales, 2014).

A esta localización se puede acceder por transporte terrestre como puede ser en coche, autobús o en tren. Y también en avión a los aeropuertos que se encuentran más próximos a esta población. (FIB, 2016)

Imagen 2: Localización FIB



### 5.3. Visitantes

En los primeros años el festival poseía un aforo de entre 6.000 y 8.000 personas, pero a medida que se iban celebrando nuevas ediciones las cifras de asistentes se iban multiplicando (Morales, 2014).

Los visitantes de este festival se denominan fibers, y han ido evolucionando con la creación de nuevas ediciones, en sus primeros años la mayoría de los asistentes eran españoles y en la actualidad la mayoría de los asistentes provienen de Reino Unido. En el año 2009 se llegó a los 50.000 asistentes cada día (Morales, 2014).

En el año 2015 se produjo un descenso del 4,16% de los asistentes con respecto al año 2014. En el 2015 durante el festival hubo 115.000 asistentes sin contar invitados, mientras que en el 2014 hubo 120.000 asistentes contando con los invitados. Por este motivo la organización explicó que en el 2015 había habido un aumento del 6% de visitantes (Navas Rosal, Industria musical, 2015).

El 50% del público asistente provenía de Reino Unido e Irlanda, el 45% de España y el 5% restante vino desde el resto del mundo. Este festival reúne sobre todo al público

anglosajón, en comparación con otros festivales que atraen a un público más nacional (Navas Rosal, Industria musical, 2015).

#### **5.4. Impacto económico**

La realización de este tipo de eventos influye favorablemente en la economía de la zona, y en el caso del FIB podemos observar que la gran parte del empleo que se crea procede de la Comunidad Valenciana.

En el año 2012 este festival atrajo a 160.000 asistentes durante los 4 días que duró, la mayoría de este público procedía de Reino Unido. El impacto económico que produjo en ese año fue de casi 20 millones de euros (EFE, El Mundo, 2012).

En el año 2015 se crearon alrededor de 1.250 empleos directos y más del 80% eran provenientes de la Comunidad Valenciana. En este año la asistencia al festival aumento un 6% con respecto a la edición del 2014 (Levante EMV, 2015).

El pasado mes de julio se celebó la 22ª edición del festival internacional de Benicasim, que contó con casi 170.000 asistentes, lo que ha supuesto un impacto económico de prácticamente 50 millones de euros. Durante esta edición ha habido una ocupación total de los alojamientos de la zona. Hay que destacar que más de la mitad de los asistentes procedían sobre todo de Reino Unido. Debido a la gran acogida que ha tenido el festival este año se han creado 1.300 puestos de trabajo directos. Estos datos fueron proporcionados por la organización del festival. (Europa Press, 2016)

#### **5.5. Alojamiento**

El festival de Benicasim cuenta con una zona de acampada para que los asistentes puedan descansar durante los cuatro días que dura el festival. Además del lugar para

descansar posee diferentes servicios para hacer más agradable la estancia de los visitantes así como duchas, aseos, asistencia sanitaria, taquillas, bares y sitios de comida, etc. Posee diferentes zonas de acampada algunas de ellas son más confortables y poseen alguna mejora tanto en comodidad como con respecto al ocio, estas zonas que son un poco más exclusivas y tiene un suplemento mayor que las básicas (FIB, 2016).

A su vez, además del alojamiento en el recinto del FIB ofrecen la opción de otros alojamientos que se encuentran en el municipio de Benicasim como son hoteles, hostales, pensiones o campings (FIB, 2016).

La localidad de Benicasim cuenta con diferentes modalidades de alojamiento, posee 3 hoteles de 4 estrellas, 4 hoteles de 3 estrellas, 5 hoteles de 2 estrellas, 3 hoteles de 1 estrella, 5 hostales, 2 pensiones, además de apartamentos turísticos y 5 campings.

Además posee una amplia oferta de restauración ya que hay en el municipio restaurantes de cocina casera, mediterránea, italiana, oriental, árabe y argentina. Cuenta también con cervecerías, cafeterías, bocaterías y heladerías (Benicàssim, 2016).

Al ser el municipio de Benicasim una localidad turística, no existen datos concretos en relación a la oferta turística, exceptuando los meses de verano (junio, julio y agosto), que es cuando posee una mayor afluencia de visitantes.

Tabla 5: Establecimientos hoteleros abiertos y plazas ofertadas en el municipio de Benicasim.

	2015		2014		2013		2012	
<b>Agosto</b>	23	2.856	24	2.866	24	2.866	24	2.866
<b>Julio</b>	20	2.681	21	2.696	20	2.638	21	2.696
<b>Junio</b>	18	2.579	14	2.377	18	2.514	18	2.559

Elaboración propia. Fuente INE.



En la localidad de Benicasim en el año 2015 se ofertaron 23 alojamientos hoteleros en el mes de agosto, 20 en el mes de julio y 18 en el mes de junio. Podemos observar que en el mes de agosto se ha reducido un establecimiento con respecto al mismo periodo de los años anteriores, lo que ha hecho que se reduzcan en 10 las plazas ofertadas. En julio podemos observar que se ha reducido también el número de establecimientos. En el mes de junio han aumentado los establecimientos con respecto al año anterior y han aumentado las plazas ofertadas. Ya que existen los mismos establecimientos que en los años 2012 y 2013 pero con una mayor oferta de plazas.

Según las estadísticas del INE el número de alojamientos categorizados como campings abiertos en esta localidad es de 5, y se ha ido manteniendo durante los años. Las plazas que ofrecen este tipo de alojamiento son de 3.328.

Tabla 6: Demanda turística hotelera en el municipio de Benicasim

	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
<b>Agosto</b>	18.718	17.300	15.157	14.782
<b>Julio</b>	15.944	13.652	12.051	12.230
<b>Junio</b>	13.485	10.378	10.260	10.666

Elaboración propia. Fuente INE

A partir de los datos aportado por el INE sobre la demanda turística en Benicasim, podemos observar que la demanda ha aumentado en los meses de junio a agosto con respecto a años anteriores. Esto se debe a que el FIB, atrae a un gran número de visitantes y además durante el mes de agosto también se celebran festivales en el municipio.

Tabla 7: Demanda turística de campings en el municipio de Benicasim

	2015	2014	2013	2012
<b>Agosto</b>	5.239	5.004	4.715	5.159
<b>Julio</b>	4.044	7.786	4.134	4.344
<b>Junio</b>	2.689	2.495	2.605	2.615

Elaboración propia. Fuente INE

En la demanda de campings en el municipio observamos un ligero aumento en los meses de junio y de agosto. Por el contrario en el mes de julio ha habido un descenso de la demanda, ya que en el 2014 se demandaron 7.786 plazas mientras que en el 2015 fueron 4.044. Conforme a años anteriores se han producido aumentos y descensos de las plazas demandadas, pero no tan marcados.

### 5.6. Actividades complementarias

El FIB además de ofrecer los conciertos en los escenarios que posee, proporciona también cultura, teatro, moda, cine, arte y ocio que se celebraban tanto dentro del recinto como fuera de este. Estas actividades complementarias a los conciertos han ido disminuyendo hasta desaparecer debido a la crisis económica que se ha producido en los últimos años.

Actualmente además de los conciertos realiza concursos como son el Proyecto Demo, promueve las actuaciones de danza, de teatro, cursos de expansión cultural, exposiciones de arte, este macro evento sirve como escenario para descubrir nuevos talentos. Estas muestras de arte se desarrollan por los municipios colindantes al recinto.

Asimismo dentro del FIB hay zonas que poseen tiendas tanto de discos, ropa, restaurantes, etc. (FIB, 2016)

### **5.7. Cartel 2016 y logo FIB**

Como cada año el FIB realiza un cartel con los artistas que actuarán en esa edición. Los artistas que actúan en estos eventos van apareciendo progresivamente conforme se van confirmando los conciertos que tendrán lugar. Al final sale el cartel oficial que aparece en la página web, en la cual aparecen todos los grupos o artistas que participarán así como las cabezas de cartel que son los que poseen un mayor renombre o los que atraen a un mayor número de público a asistir.

Desde el año 1995 el FIB realiza un cartel, que ha ido evolucionando a lo largo de los años pero que en los últimos años mantiene una estética similar.

El estilo del cartel ha cambiado notablemente desde el primer cartel que se realizó en el año 1995, hasta el que se realiza hoy en día. Las variaciones más notables son que en la actualidad hay un mayor número de artistas en el cartel, lo cual atrae a un mayor número de asistentes. Otro cambio que observamos son las fechas de realización ya que antes se celebraba en agosto y eran solo tres días y ahora desde el año 2006 se realiza en julio y su duración es de 4 días. El logo ha ido evolucionando con el paso de los años, y se puede observar que en los carteles de los últimos años aparece la página web donde se puede encontrar toda la información relativa al festival. (FIB, 2016)

Imagen 3: cartel del FIB 2016



Imagen 4: Primer cartel FIB, año 1995



El logo es la imagen principal del festival que lo diferencia de cualquier otro, ya que, cada uno posee su propia marca que lo hace diferente a los demás. Para utilizar este logo hay

unas serie de características que se tienen que cumplir para poder emplearlo de la manera correcta. Este logo ha ido evolucionando con el paso de os años pero desde el año 2001 se ha mantenido con las características que posee actualmente.

Imagen 5: Logo FIB



### 5.8. Sponsors festival

Para que estos festivales se puedan llevar a cabo es necesario poseer diferentes patrocinadores que impulsen el evento, así como el dinero que tienen que aportar para aparecer en el festival. Esto hace que se promocióne en mayor medida.

Los patrocinadores oficiales del FIB son Estrella Damm, J&B y Castellón Spain. El método oficial de pago en el festival es Visa. Los colaboradores de este festival son CocaCola, Oscar Mayer y Navidul. El medio oficial es radio 3 Rne. El medio colaborador es Spotify. Las entidades colaboradoras para la realización de este festival son Benicasim, Comunitat Valenciana, la Sgae y la generalitat jove ivag. Las empresas asociadas que a su vez ofrecen algunos de los servicios son cdmon, renfe, bikes4events, the glamping company, teenvio, endriax y sold out. Poseen un organismo interno asociado que es etep (european talent exchange program). Además colabora con Save the children. Todo esto, está organizado por la empresa Maraworld. (FIB, 2016)

### **5.9. Información de interés.**

Este festival obtuvo en 2015 el Premio Fest que se otorga al mejor festival de gran formato y ocupa el octavo puesto en la lista de los festivales más multitudinarios del año 2015.

En la propia página web del festival podemos encontrar la localización del festival y a través de qué medios de transporte podemos llegar hasta allí. Así como consejos que pueden ayudar a tener una mejor experiencia en el festival.

Cuenta a su vez con acceso para personas con movilidad reducida y para personas con problemas de visión. El FIB permite la entrada de menores pero dependiendo de la edad necesitan completar una serie de formularios y los menores de 16 años deben de ir siempre acompañados de su tutor (FIB, 2016).

La empresa Maraworld esta concienciada con la colaboración con diferentes ONG's y asociaciones sin ánimo de lucro con las que colabora. Una de ellas es Save the Children, a la cual apoyan para que se puedan llevar a cabo sus proyectos (FIB, 2016).

Asimismo la empresa es consciente del impacto que genera la realización del evento, y poseen iniciativas para reducir su huella ecológica. Estas iniciativas son: la realización de una recogida selecta de residuos, la compensación de emisiones de CO2 a través de la plantación de diferentes arboles en la zona de acampada del recinto, promocionan el transporte colectivo, en sus compras utiliza materiales reciclados y productos procedentes del comercio justo y al mismo tiempo cuenta con economizadores de agua en las instalaciones del recinto (FIB, 2016).

### **5.10. Legislación aplicable.**

El FIB se celebra en la localidad de Benicasim por lo que debe cumplir la legislación aplicable a los espectáculos públicos relativa a la Comunidad Valenciana. En esta comunidad están regidos por la Ley 14/2010, de 3 de diciembre, de espectáculos públicos, actividades

recreativas y establecimientos públicos. Fue publicada en el número 316 del BOE, del día 29 de diciembre (Diario Oficial de la Comunitat Valenciana, 2010).

En esta ley se recogen todas las normas necesarias para la realización de un espectáculo en la comunidad valenciana. Así como las sanciones que tendrán si infringen alguna de las normas a la hora de realizar los eventos. También las diferentes licencias, los seguros, etc. que deben de poseer para poder realizarlo.

## **6. Líneas estratégicas**

Para conseguir unificar, buscar un menor impacto y seguir favoreciendo las zonas que realizan este tipo de eventos, se deben crear unas líneas estratégicas que sean efectivas a la hora de la realización de estos macro eventos.

Realizar una legislación común a todas las Comunidades Autónomas. Ya que no todas poseen las mismas normas en los diferentes aspectos que tratan y en algunas leyes no están definidas. Se deberían marcar unas líneas de acción iguales así como igualar las sanciones por el incumplimiento de las faltas.

Habría que seguir promocionando los festivales tanto a nivel nacional como internacional, ya que son una gran fuente de ingresos a la zona en la que se celebra. Y favorece la creación de empleo. Este tipo de turismo atrae a un gran número de público, que se desplaza desde numerosos lugares solo para ver a su grupo favorito de música.

Reducir los costes de la realización de los festivales para poder obtener unos mayores beneficios y así evitar pérdidas. Así como buscar patrocinadores para poder financiar los eventos. Podrían buscar nuevas formas de financiación para aumentar la rentabilidad de estos eventos.

En un futuro los festivales tendrían que diversificarse y buscar formas de diferenciarse del resto para ser únicos y, a su vez atraer a un mayor número de personas. Es decir, ofreciendo un tipo de música específico, o unas actividades diferentes dentro del recinto, etc.

Ofrecer ciertas características que ningún otro festival lo pueda realizar, y atraer a un mayor segmento de la población.

Se deberá buscar minimizar el impacto que se genera en el lugar de realización del evento. Así como reducir los residuos que se producen, minimizar la huella ambiental de los asistentes, reducir el tráfico para llegar al recinto.

Se buscarán nuevas aplicaciones de las tecnologías para ofrecer un mejor servicio. Así como duetos o colaboraciones con cantantes que no estén presentes, para estar de una forma más sencilla conectado con las redes sociales, etc.

## **7. Conclusiones**

La realización de este tipo de eventos atrae a un gran número de visitantes con lo que es necesario un mayor personal ocupado en diferentes puestos de trabajo. Esto hace que se creen nuevos puestos de trabajo tanto de forma directa como de forma indirecta en la población en la que se celebra el evento.

En nuestro país existen numerosos festivales distribuidos por toda la geografía española, estos tienen diferentes temáticas y promocionan diversos tipos de música. Algunos de los festivales poseen un reconocimiento tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

La asistencia a este tipo de eventos se puede englobar en un turismo alternativo, ya que no se basa en el tradicional que es el de sol y playa. Además algunos de los festivales se realizan en zonas de interior.

Cataluña es la comunidad autónoma que cuenta con un mayor número de festivales que se realizan en el territorio español. En esta comunidad existen 166 festivales de música que se realizan a lo largo de todo el año.

Algunos de los festivales que se celebran en nuestro país, están consolidados ya que llevan varios años celebrándose, Además, los que están más consolidados se conocen tanto a nivel nacional como internacional.



Los festivales que atraen a un mayor número de asistentes y son más conocidos tanto a nivel nacional como internacional, los encontramos en la Comunidad Valenciana. Como son el Arenal Sound y el Rototom Sunsplash.

La creación de nuevos festivales de música, que no siempre se llegan a realizar, presenta una competencia con los que están asentados y poseen una mayor trayectoria. Aparte que existan tantos festivales es en parte negativo, porque muchos de los artistas se repiten en los diferentes carteles de los distintos festivales.

## 8. Bibliografía

ABC. (12 de Agosto de 2015). Obtenido de <http://www.abc.es/cultura/musica/20150731/abci-arenal-sound-inundacion-201507310150.html>

APM. (2016,2015,2014). *Anuario de la música en vivo* .

*Arenal Sound*. (2016). Obtenido de <http://www.arenalsound.com/>

Barlés, Abella, & Mur. (2012). Perfil del turista de festivales: el caso del festival internacional de las culturas Pirineos Sur. *Cuadernos de turismo* (30), 63-90.

Barral, L., Morano, X., & González, B. (2014). *BIME*. Obtenido de <http://bime.net/Portals/3/BIME%202014/Noticias/informefestivalestwitterbime-141119104444-conversion-gate01.pdf>

*Benicàssim*. (2016). Obtenido de <http://turismo.benicassim.es/turismo/142/Servicios>

Bilbao, A. d., & Tour, L. (2016). *Ayuntamiento de Bilbao*. Obtenido de <file:///C:/Users/Equipo/Downloads/NP%20IMPACTO%20BBK%20LIVE%202016.pdf>

Bravo, F. (30 de Abril de 2016). *El diario*. Obtenido de [http://www.eldiario.es/clm/impacto-Vina-Rock-millones-Villarrobledo\\_0\\_510949274.html](http://www.eldiario.es/clm/impacto-Vina-Rock-millones-Villarrobledo_0_510949274.html)

Cartón, G., & Obón, J. (2014). *Manual del perfecto festivalero*. Planeta S.A.

Chierichetti, L. (2012). La promoción del turismo musical: los festivales de música en Facebook. *PASOS*, 10 (4), 49-58.

Cores, N. F. (12 de Mayo de 2015). *20 minutos*. Obtenido de <http://www.20minutos.es/noticia/2454191/0/festivales-musica/espana/cifras/>

Cores, N. F. (12 de mayo de 2015). *20 minutos*. Obtenido de <http://www.20minutos.es/noticia/2454191/0/festivales-musica/espana/cifras/>

Cores, N. F. (12 de Mayo de 2015). *20 minutos*. Obtenido de <http://www.20minutos.es/noticia/2454191/0/festivales-musica/espana/cifras/>

*Diario Oficial de la Comunitat Valenciana*. (2010). Obtenido de [http://www.docv.gva.es/portal/ficha\\_disposicion\\_pc.jsp?sig=013170/2010&L=1](http://www.docv.gva.es/portal/ficha_disposicion_pc.jsp?sig=013170/2010&L=1)

Díaz, R. (13 de agosto de 2014). *Heraldo*. Obtenido de [http://www.heraldo.es/noticias/ocio\\_cultura/cultura/2014/08/13/150\\_festivales\\_nacieron\\_desde\\_2011\\_pero\\_otros\\_tantos\\_desaparecieron\\_estos\\_anos\\_304654\\_308.html](http://www.heraldo.es/noticias/ocio_cultura/cultura/2014/08/13/150_festivales_nacieron_desde_2011_pero_otros_tantos_desaparecieron_estos_anos_304654_308.html)

EFE. (27 de 04 de 2016). *20 minutos*. Obtenido de <http://www.20minutos.es/noticia/2732607/0/tres-millones-asistentes-festivales-musica-espanoles/>

EFE. (27 de Abril de 2016). *20 minutos*. Obtenido de <http://www.20minutos.es/noticia/2732607/0/tres-millones-asistentes-festivales-musica-espanoles/>

EFE. (15 de Julio de 2012). *El Mundo*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/07/15/valencia/1342374539.html>

EFE. (7 de Mayo de 2015). *El País*. Obtenido de [http://cultura.elpais.com/cultura/2015/05/07/actualidad/1430998546\\_438834.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2015/05/07/actualidad/1430998546_438834.html)

*El Mundo*. (23 de Mayo de 2016). Obtenido de <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2016/05/23/5742a8d322601d5c7e8b4573.html>

*El Mundo*. (23 de Mayo de 2016). Obtenido de <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2016/05/23/5742a8d322601d5c7e8b4573.html>

*Europa Press*. (17 de Julio de 2016). Obtenido de <http://www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-fib-cierra-casi-170000-asistentes-50-millones-impacto-economico-20160717181442.html>

*FIB*. (2016). Obtenido de <http://www.fiberfib.com/>

*Glastonbury website*. (2016). Obtenido de <http://www.glastonburyfestivals.co.uk/>

*Glastonbury website*. (2016). Obtenido de <http://www.glastonburyfestivals.co.uk/>

*Gobierno de España, Ministerio del interior*. (2016). Obtenido de <http://www.interior.gob.es/web/servicios-al-ciudadano/espectaculos/espectaculos/legislacion-basica-de-comunidades-autonomas>

Herrero Prieto, L. C. (2004). Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural* .

*Levante EMV*. (19 de Julio de 2015). Obtenido de <http://www.levante-emv.com/castello/2015/07/19/fib-aumenta-publico-6-/1292679.html>

Ministerio de Educación, c. y. (2014-2015). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España. Síntesis de resultados*.

Morales, S. (12 de Julio de 2014). *El mundo*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2014/07/12/53c0022822601d58318b4581.html>

Navas Rosal, Á. (4 de Mayo de 2015). *Industria musical*. Obtenido de <http://industriamusical.es/infografia-habitos-de-los-asistentes-a-festivales-de-musica-en-espana/>

Navas Rosal, Á. (20 de Agosto de 2015). *Industria musical*. Obtenido de <http://industriamusical.es/infografia-habitos-de-los-festivaleros-en-reino-unido/>

Navas Rosal, Á. (20 de Julio de 2015). *Industria musical*. Obtenido de <http://industriamusical.es/los-datos-oficiales-2014-y-2015-reflejan-una-caida-del-4-en-la-asistencia-del-fib/>

Ortega, L. (20 de Julio de 2015). *El País*. Obtenido de [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/07/20/valencia/1437385424\\_649291.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/07/20/valencia/1437385424_649291.html)

*Pirineos Sur*. (2016). Obtenido de <http://www.pirineos-sur.es/>

Plaza, A. (23 de octubre de 2013). *Emprendedores.es*. Obtenido de <http://www.emprendedores.es/casos-de-exito/festivales-de-musica>

Prieto López, E. (13 de Julio de 2015). *El economista*. Obtenido de <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/6864884/07/15/Los-festivales-de-verano-generan-mas-de-450-millones.html>

RockStereoSpectro. (7 de marzo de 2014). *20 minutos*. Obtenido de <http://listas.20minutos.es/lista/los-mejores-festivales-de-musica-378223/>

S.N. (23 de Febrero de 2016). *Levante el mercantil valenciano*. Obtenido de <http://www.levante-emv.com/cultura/2016/02/24/valencia-domina-reino-festivales-musica/1383275.html>

*Tomorrowland*. (2016). Obtenido de <http://www.tomorrowland.com/home>

*Valle de Hecho*. (2016). Obtenido de [http://www.valledehecho.es/agenda\\_actividad/festival-pir-2016/54/](http://www.valledehecho.es/agenda_actividad/festival-pir-2016/54/)

*Viña Rock*. (2016). Obtenido de <http://www.vina-rock.com/>

Xerach, D. (10 de Abril de 2016). *EL DIA.es*. Obtenido de <http://web.eldia.es/cultura/2016-04-10/23-arquitectura-Tomorrowland-gran-oferta-turismo-cultural.htm>