

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**TURISMO DE FESTIVALES. DIFERENCIAS ENTRE
ESPAÑA E INGLATERRA.**

Maria Francisca Conchillo Colmenero

Grado de Turismo

Facultad de Turismo

Año Académico 2021-22

TURISMO DE FESTIVALES. DIFERENCIAS ENTRE ESPAÑA E INGLATERRA.

Maria Francisca Conchillo Colmenero

Trabajo de Fin de Grado

Facultad de Turismo

Universidad de las Illes Balears

Año Académico 2021-22

Palabras clave del trabajo: festival, música, economía

Nombre Tutor/Tutora del Trabajo: José David Egea Juan

Se autoriza la Universidad a incluir este trabajo en el Repositorio Institucional para su consulta en acceso abierto y difusión en línea, con fines exclusivamente académicos y de investigación

Autor		Tutor	
Sí	No	Sí	No
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Resumen

De cada vez son más las nuevas tipologías de turismo que aparecen para separarse del turismo de sol y playa con el objetivo de diversificar la economía. Así pues, el turismo de festivales ya es bastante conocido en muchos países, aunque por supuesto en diferente medida y por eso sus efectos son también distintos. Esta tipología de turismo suele generar un debate sobre sus ventajas y desventajas. En este trabajo de fin de grado, se comparará la historia y la evolución que han tenido los festivales de música en Inglaterra y España, haciendo especial hincapié en el festival de Glastonbury (Somerset, Inglaterra) y el festival Mad Cool (Madrid, España). Más adelante, se explicarán las características más relevantes de estos eventos y se llevará a cabo un análisis DAFO de los festivales de música con ejemplos de los dos festivales en los que se ha centrado en el trabajo.

Abstract

The new typologies of tourism that appear are greater and greater to separate from the sun and beach tourism and with the aim of diversifying the economy. So, festival tourism is already well-known in many countries, although obviously not in the same scale and therefore the effects are also different. This typology of tourism normally creates a debate about its advantages and disadvantages. In this bachelor thesis, the history and evolution of music festivals in England and Spain will be compared, emphasizing in the Glastonbury Festival (Somerset, England) and Mad Cool festival (Madrid, Spain). Later on, the main characteristics of these events will be explained and a DAFO analysis of music festivals will be done with examples of the two main events focused on this thesis.

Índice

1.Introducción.....	6
2. Contextualización y objeto del trabajo.....	6
3.Metodología aplicada.....	7
4.Introducción de qué son los festivales y el turismo de festivales.....	7-8
5. Inicio y evolución del turismo de festivales en Inglaterra y en España. Principales diferencias.....	8-9
6. Comparación del Festival Glastonbury en Inglaterra con el Festival Mad Cool en Madrid.....	9-13
6.1 Historia.....	9-10
6.2 Tarifas y bonos.....	10-11
6.3 Valores.....	11
6.4 Repercusión en la zona.....	11-12-13
7. Análisis de rentabilidad y sostenibilidad de los festivales.....	13-14-15
8. Análisis DAFO de los festivales.....	16-21
8.1 Debilidades.....	17-18
8.2 Amenazas.....	18-19
8.3 Fortalezas.....	19-20
8.4 Oportunidades.....	20-21
9. Conclusiones.....	21-22
10. Bibliografía.....	23-24-25

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Pernoctaciones que se realizaron en la Comunidad de Madrid durante el mes de mayo, junio, julio y agosto en el año 2015.....	12
Tabla 2. Pernoctaciones que se realizaron en la Comunidad de Madrid durante el mes de mayo, junio, julio y agosto en el año 2016.....	12
Tabla 3. Análisis DAFO.....	16

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución del número de festivales de música en España entre el año 2005 y 2020.....	9
Gráfico 2. Principales festivales de música en España en el año 2019 en función del impacto económico.....	14
Gráfico 3. Gasto esperado por visitante en los festivales de música de Reino Unido del año 2013.....	20

1.Introducción

Este Trabajo de Fin de Grado pretende estudiar y analizar la evolución del turismo de festivales desde sus inicios, haciéndose una comparación de las principales diferencias entre España e Inglaterra con dos festivales como referentes.

Los festivales de música se han convertido en los últimos años en una oportunidad para atraer más turismo y para incrementar los ingresos. Es por ello que, de cada vez son más los lugares y países que deciden adentrarse en esta industria, diversificando también así su economía para depender de más de una industria.

Respecto a los contenidos del trabajo, este está estructurado de la siguiente manera. En el primer punto se presentan algunas definiciones sobre los festivales de música y el turismo además de ofrecerse una visión general sobre su actualidad. A continuación, en el segundo punto se trata la distinta evolución de los festivales de música en España e Inglaterra. A continuación, en el tercer punto se explican las características principales del festival Mad Cool (Madrid, España) y el festival Glastonbury (Somerset, Inglaterra). Seguidamente, en el cuarto punto se analiza la rentabilidad y la sostenibilidad que poseen los festivales mencionados anteriormente y su impacto. Finalmente, se llevará a cabo un análisis DAFO sobre los festivales de música y las conclusiones del trabajo.

También se analizará la sostenibilidad y la rentabilidad de los festivales de música con sus principales diferencias, además de un análisis DAFO bien detallado con ejemplos.

2. Contextualización y objeto del trabajo

El trabajo se ha realizado con la finalidad de alcanzar los siguientes objetivos:

-Obtener una visión general del turismo de festivales en la actualidad como fuente de actividad económica.

-Analizar la evolución y las principales diferencias del mercado de festivales en España (Madrid) e Inglaterra (Somerset).

-Estudiar la rentabilidad y la sostenibilidad de esta tipología de eventos.

-Realizar un análisis DAFO para obtener las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de los festivales de música.

3. Metodología aplicada

En cuanto a la metodología usada para la realización de este trabajo, se han usado diferentes fuentes de información como: el catálogo de la UIB, Google scholar, las páginas web oficiales del festival Mad Cool y del festival Glastonbury, y también la página web oficial de Turismo de Madrid y la OMT.

También se han usado numerosos artículos de periódicos además de la página oficial del Instituto Nacional de Estadística (INE) y de Statista para la obtención de gráficos y tablas.

4. Introducción de qué son los festivales y el turismo de festivales.

La Real Academia Española (RAE) define un festival de la siguiente manera: “una fiesta, especialmente musical, o un conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte”. En este caso, el trabajo se centrará en dos festivales de música de España e Inglaterra (RAE, 2021).

Los festivales de música son de cada vez una mayor fuente de atracción turística y es por ello que el número de lugares que han implementado estos eventos ha aumentado debido al impacto económico y social que tienen en el lugar gracias a la promoción nacional e internacional que tienen los macro festivales (Porras, C. 2019).

En su definición sobre el turismo, la Organización Mundial del Turismo (OMT) afirma que:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

Así pues, el turismo de festivales existe cuando el motivo principal del desplazamiento no son motivos profesionales, sino la visita y asistencia a un festival por motivos personales.

El turismo de festivales es una forma de visitar un lugar desconocido y conocer su autenticidad mediante sus tradiciones y su forma de vida, permitiendo crear un impacto positivo económicamente en la zona además de apostar por su conservación (McKercher, Mei, & Tse, 2006).

Se constata que cualquier festival existente se caracteriza por tener aspectos rituales y de espectáculo, a pesar de la diversidad de festivales que existen. Algunos autores sostienen que se ha observado una evolución y un cambio de tendencia hacia unos eventos culturales más centrados en el espectáculo en comparación a la tendencia inicial (Richards, G., Wickens, E., Franquesa, J., Herrero., Panayidou, C., 2004, p. 195-196).

Los asistentes de festivales de música no lo hacen solamente en búsqueda de escuchar música que les agrada, sino con la intención de vivir la experiencia que implica asistir a un evento de esta tipología. De hecho, “en el año 2015 el festival Glastonbury agotó todas las entradas ocho meses antes de su celebración y sin haber confirmado los artistas que actuarían” (McKay, 2015).

5. Inicio y evolución del turismo de festivales en España y en Inglaterra. Principales diferencias.

El inicio y la evolución del turismo de festivales en España e Inglaterra ha sido distinta, y a continuación se hará una explicación más detallada de como ha sido en cada país.

- **España**

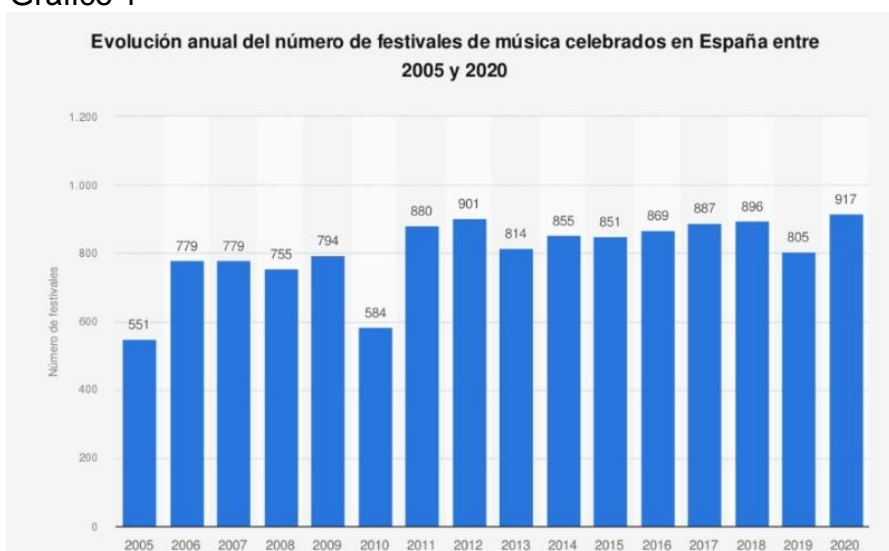
En los años 40, en España solamente se celebraban algunos conciertos de música como la Quincena Musical de San Sebastián en 1939. Ya en los años 50, nacieron los conocidos festivales de música, aunque distintos a los conocidos hoy en día. En ese período, nacieron algunos festivales aún famosos actualmente como el Festival de Benidorm, celebrándose desde el año 1959 (Macías, 2021).

En los años 70, los festivales de la canción perdieron adeptos y surgieron los conciertos de música en vivo y en directo, creándose así algunos como el Festival Internacional de Rock Progresivo. Los primeros festivales de música masivos españoles fueron el Espárrago Rock, el Doctor Music Festival, el Festival Internacional de Benicàssim y el Sónar. Sin embargo, algunos de no perduraron en el tiempo ya que no todos disfrutaban de las mismas ayudas por parte de las instituciones públicas o disminuyó su popularidad. Así pues, desde la década de los 70 han emergido grandes festivales de música reconocidos internacionalmente y que posicionan a España como un destino de turismo de festivales. De hecho, “en este siglo, el formato de gran festival se ha extendido por toda España, lo que está favoreciendo el fenómeno de la festivalización, claramente en expansión” (Buceta, 2018).

La siguiente estadística muestra la evolución del número de festivales de música en España entre el año 2005 y 2020. En el año 2005, se celebraron un

total de 551 festivales de música mientras que en el año 2020 llegaron a ser 917. Así pues, España ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años y por eso han surgido nuevos festivales como Bilbao BBK Live (2006), ... (Statista, 2021).

Gráfico 1



Fuente: Statista (2021)

- **Inglaterra**

A diferencia de España, los festivales de música en Inglaterra a nivel comercial eran escasos, pero había numerosos festivales gratuitos y a pequeña escala que se caracterizaban por la asistencia de algunos colectivos como hippies. Desde mediados de los años 90 han ido creciendo y desde entonces han ganado muchos adeptos en este país. De hecho, el mega festival de Glastonbury y el de la Isla de Wight son conocidos a nivel mundial debido a la popularidad que se han ganado a lo largo de los años ya que sus primeras ediciones se celebraron en los años 1970 y 1968, respectivamente. A partir de la década de los 2000, el sector aumentó notablemente y se constata que entre el año 2005 y 2011 se llegaron a celebrar aproximadamente 500 festivales de música por año, convirtiéndose en un sector muy importante para el país (Anderton, 2018).

6. Comparación del Festival Glastonbury en Inglaterra con el Festival Mad Cool en Madrid.

6.1 Historia

A pesar de que ambos festivales son muy conocidos en sus respectivos países, se debe tener en cuenta que su trayectoria e historia ha sido muy distinta. El Festival Mad Cool es reciente y celebró su primera edición en el año 2016 durante tres días, en los que numerosos artistas nacionales e internacionales actuaron. Este festival trabaja junto con una promotora de eventos llamada Live Nation y recibió aproximadamente un total de 45.000 personas en su primera edición (Europa Press, 2016).

En cambio, el festival Glastonbury se llevó a cabo por primera vez en el año 1970 bajo el nombre de Pilton Pop, Folk & Blues Festival en Pilton, una localidad del condado de Somerset. Michael Eavis fue el fundador de este festival en 1970, un granjero que decidió hacer un festival de música en su propia granja. El precio del festival fue de 1 libra, incluyendo leche gratuita de la propia granja en la que se celebraba, y tuvo una asistencia de 1.500 personas. En 1971, el nombre del evento cambió a Glastonbury Free Festival y en 1979 se inauguró como Glastonbury Festival, el nombre usado actualmente. A lo largo de su trayectoria, el festival ha tenido un gran crecimiento y se ha convertido en uno de los festivales de música más importantes de Inglaterra, ofreciendo no solamente música sino también comedia, baile, teatro, etc (Seclen, 2019).

En el año 2019, la capacidad de asistentes en el festival ya era de 203.000 personas, lo que ha supuesto un gran crecimiento y expansión en comparación con los 1500 asistentes en el año 1970 (Glastonbury festival, 2019).

En el año 2020, el festival celebraba su 50 aniversario, pero debido a la pandemia del coronavirus este no pudo llevarse a cabo. Sin embargo, eso no significa que se celebraran también las 50 ediciones anteriores, ya que hasta el año 1981 el festival fue celebrándose ocasionalmente. “A partir de entonces es anual, con un parón cada cinco ediciones, el conocido como “año de barbecho”, para permitir al terreno recuperarse” (López, 2020).

6.2 Tarifas y bonos

Cada festival de música dispone de una duración determinada, pudiendo ir desde uno o varios días o incluso una semana. Normalmente, el festival Mad Cool se lleva a cabo durante tres o cuatro días y el festival Glastonbury durante dos días. Por lo tanto, el precio depende no solamente de la duración del festival sino también de lo que se ofrece en el ticket o abono.

El Festival Mad Cool posee distintos tickets para los visitantes en función de sus preferencias. En primer lugar, existe el ticket de un día con un precio

actualmente de 75 euros (miércoles, jueves, viernes y sábado) a excepción de 65 euros el domingo. Durante el período de San Valentín del año 2022, el festival lanzó un paquete exclusivo llamado “Pack lovers” que incluye tres tabletas de chocolate belga y la entrada al festival el viernes, sábado y domingo por un precio de 159 euros. En tercer lugar, existen los abonos de tres y cuatro días incluyendo también la pulsera Fnac necesaria para el acceso al recinto. Los precios del abono de 3 días empezaron siendo de 149 euros, subiendo a 169 y 179 euros más adelante. Para el abono de 4 días, el precio subió de 159 a 185 euros. Y, por último, existen también los tickets vip para 3 y 4 días con un precio de 400 y 450 euros, respectivamente (Mad Cool, 2022).

En cambio, el Festival de Glastonbury solamente dispone de un tipo de ticket general, y para el año 2022 su precio es de 285 libras (teniendo en cuenta una media de tipo de cambio de 1,19 euros, serían 340 euros aproximadamente). A pesar de que solamente se ofrece un tipo de entrada, que es la general, los asistentes tienen la posibilidad de añadir más servicios por un precio adicional como plaza de aparcamiento para coches y autocaravanas además de un lugar para dormir en tipis. (Glastonbury Festival,

6.3 Valores

El festival Mad Cool usa para su promoción los lemas “Shine Again” y “Vibra, siente, disfruta la música con Mad Cool”. El festival también apoya la sostenibilidad del evento y el talento artístico a través de “Mad Cool Gallery”, un concurso llevado a cabo desde su primera edición para promover las disciplinas artísticas de fotografía e ilustración (Mad Cool, 2017).

El festival de Glastonbury engloba toda su actividad bajo la campaña llamada “Love the Farm – Leave No Trace”, para llevar a cabo medidas sostenibles con el medio ambiente y con el objetivo de concienciar a los asistentes de la importancia de dejar el espacio al igual que lo encontraron al llegar. En esta campaña se encuentran lemas como “Remember your green pledge”, “Reuse. Reduce. Respect”, “Take it, don’t leave it” y “Water: Refill not landfill”. Su objetivo es minimizar al máximo el impacto que el festival tiene en el medioambiente debido a la afluencia de gente que recibe en cada edición. (Glastonbury Festival,

6.4 Repercusión en la zona

Los festivales de música pueden repercutir directa e indirectamente en la zona en la que se celebra el evento, tanto de manera positiva como negativa. Estos efectos serán analizados a continuación:

- **Repercusión del festival Mad Cool en Madrid, España.**

El festival Mad Cool fue galardonado con el Premio NME al Mejor Cartel del Año en el año 2018 por parte de una revista británica, gracias a artistas como “Depeche Mode” o “Queens of the Stone Age” en el cartel. Este premio tuvo una repercusión muy positiva en el festival ya que su popularidad internacionalmente creció, aumentando exponencialmente el número de futuros visitantes, cuya cifra ya superó las expectativas de los organizadores con 80.000 asistentes por día (Turismo Madrid, 2021).

Uno de los beneficios indirectos de los festivales es que los comercios y negocios de alrededor también pueden verse beneficiados debido a una estada de los visitantes de normalmente un día, como mínimo. Teniendo en cuenta que se lleva a cabo en tres días, son muchos los alojamientos y comercios que pueden ver sus ventas incrementadas notablemente durante este período de tiempo.

A continuación, se muestran dos tablas comparativas de las pernoctaciones que se realizaron en la Comunidad de Madrid durante el mes de junio en el año 2015 y 2016, respectivamente. Se observa que las pernoctaciones en junio de 2016, año en el que se celebró la primera edición del festival, fueron mayores en comparación con el mismo mes del año anterior.

Tabla 1: Pernoctaciones que se realizaron en la Comunidad de Madrid durante el mes de mayo, junio, julio y agosto en el año 2015.

Comunidad de Madrid	Pernoctaciones			
	Total			
	2015M05	2015M06	2015M07	2015M08
	2.105.146	1.889.881	1.820.737	1.724.555

Fuente: INE. Elaboración propia.

Tabla 2: Pernoctaciones que se realizaron en la Comunidad de Madrid durante el mes de mayo, junio, julio y agosto en el año 2016.

Comunidad de Madrid	Pernoctaciones			
	Total			
	2016M05	2016M06	2016M07	2016M08
	2.017.488	1.938.550	1.893.521	1.816.501

Fuente: INE. Elaboración propia.

En el año 2020, el festival pidió al Ayuntamiento de Madrid y a la Comunidad de Madrid una financiación de 4 millones de euros en las próximas cuatro ediciones, siendo un total de 16 millones de euros. En ese momento, ya recibía

1 millón de euros por parte del Ayuntamiento además de 600.000 euros por parte de la Comunidad de Madrid. Sin embargo, la petición no progresó ya que las instituciones argumentaron que a pesar de que el evento es una inyección de ingresos en su economía, no pueden hacer frente a dicha cantidad (Gil, P. 2020).

- **Repercusión del festival Glastonbury en Somerset, Inglaterra.**

El Festival Glastonbury colabora desde el año 2000 con organizaciones benéficas y con causas locales con 1 millón de libras anuales. Han sido muchas las acciones que ha podido llevar la comunidad mediante este dinero como participación en proyectos de viviendas con rentas asequibles, la construcción de un campo de fútbol, la mejora de áreas de juego infantiles, ... **(página oficial)**

Desde sus comienzos, han colaborado con proveedores de bienes y servicios locales siempre que ha sido posible, lo que permitió que en el año 2007 el Festival gastara aproximadamente 6 millones de libras en estos negocios. (Muzikalia, 2016).

Tal y como se ha señalado en el caso anterior, la celebración del festival afecta indirectamente y positivamente a toda la oferta hotelera, de restauración y de ocio próxima al lugar, incrementado sustancialmente sus ingresos durante los días que se celebra el evento.

7. Análisis de rentabilidad y sostenibilidad de los festivales.

La rentabilidad y sostenibilidad de los festivales de música ha sido desde hace años un debate muy recurrente al tratar sobre las ventajas y desventajas que tienen en el lugar donde se celebran. Es por eso que a continuación se realizará un análisis de la rentabilidad y la sostenibilidad de los festivales de música.

- **Rentabilidad**

Es importante tener en cuenta que los festivales de música no obtienen ingresos solamente de la venta de entradas, sino también de la venta de su propio merchandising (libros, camisetas, bolsas, botellas de agua, etc...) y de otros servicios ofrecidos. Se debe tener en cuenta que estos eventos tienen un coste elevado pero generan un elevado impacto económico con efectos directos, indirectos e inducidos.

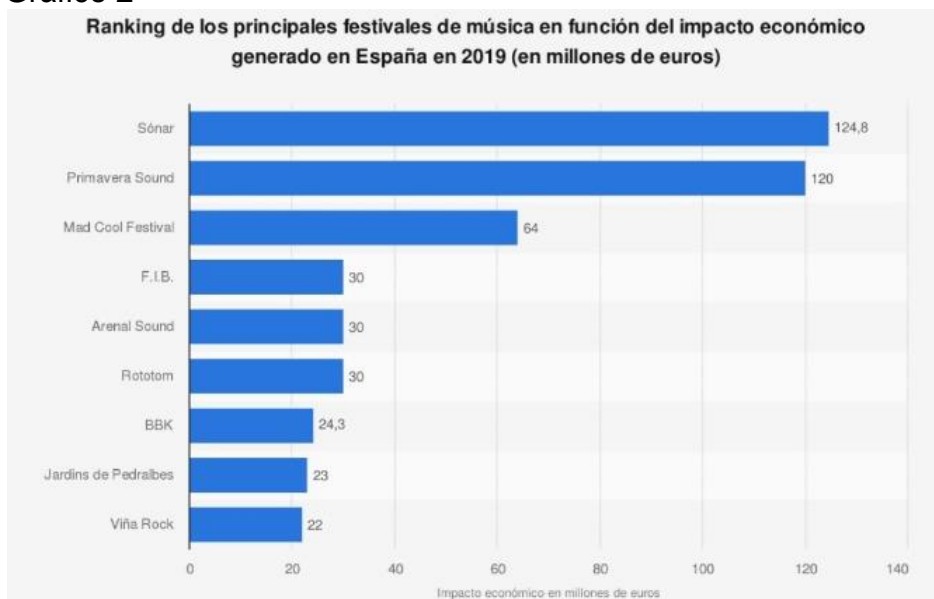
-Madrid, España.

De acuerdo con Infocif, el Festival Mad Cool tuvo unos ingresos de más de 22 millones de euros en el año 2018, lo que le permitió equilibrar la balanza después de que los resultados de las dos primeras ediciones no fuesen los esperados (Martín, 2020).

En el año 2020, la situación empeoró debido a la pandemia de la COVID-19, generando un resultado negativo en la rentabilidad económica de -20,23% en comparación con el año anterior (Einforma, 2021).

A continuación, se observa en la siguiente estadística los principales festivales de música en España en el año 2019 en función del impacto económico que tuvieron en el lugar donde se llevaron a cabo. Según la fuente Ibestat, el festival Mad Cool generó un impacto de 64 millones de euros en Madrid durante ese año (Ibestat, 2020).

Gráfico 2



Fuente: Statista (2020)

-Inglaterra

Según “Economic Impact Survey” se estima que el Festival aportó en el año 2007 a la economía de Mendip (distrito de Somerset) un total de aproximadamente 35 millones de libras, lo cual repercute muy positivamente en la economía de la zona. Además, se estima que por cada libra gastada por parte del festival había un gasto de 2,45 libras por visitante en el mismo año (Webster, E., McKay, G., 2016).

El Festival Glastonbury obtuvo en el año 2012 una ganancia total de casi 1 millón de euros antes de impuestos, con unos ingresos de casi 45 millones de euros, y se constata que posteriormente la situación solía repetirse cada año (Navas, 2014).

En el año 2014, en Inglaterra hubo un gasto directo e indirecto de 3,1 billones de libras en la industria de la música, lo que generó un total de 38.238 empleos relacionados con este sector (UK Music, 2015).

En el año 2021, el festival perdió alrededor de 3 millones de euros por la cancelación de la edición debido al coronavirus, unas pérdidas muy elevadas que englobaban tanto reembolsos de entradas como también penalizaciones de contratos, etc. Además, “confirmaron que además de las pérdidas, el festival bajó exageradamente su revenue anual de £45,000,000.00 a £950,000.00” (LifeBoxset, 2022).

- **Sostenibilidad**

-Madrid, España.

El Festival Mad Cool decidió en el 2020 vender en colaboración con la empresa FNAC packs de promoción (llaveros, bolsas, botellas reutilizables...) con el objetivo de usar el dinero obtenido para apoyar a programas de limpieza y extracción de residuos (Mad Cool, 2019).

Sin embargo, a pesar de que el festival sostiene que apuesta por la sostenibilidad del evento, la transparencia con respecto a las medidas que lleva a cabo es escasa.

-Somerset, Inglaterra.

El Festival de Glastonbury alenta a todos sus participantes a minimizar sus residuos y depositarlos en los lugares adaptados para poder reciclarlos posteriormente, intentando concienciar a la gente de la importancia de cuidar el planeta. De hecho, los asistentes deben firmar una hoja llamada “Green Pledge”, es decir, compromiso verde. Al firmarlo, los visitantes se comprometen a no dejar residuos en los lugares que no corresponden, usar los baños dispuestos para ellos, evitar las botellas de plástico de un solo uso, etc... Después, se encargan de llevar todos los residuos (incluyendo aguas residuales, etc..). Una vez que estos residuos son clasificados o eliminados y el proceso ha terminado, se encargan de llevar a cabo unas estadísticas para evaluar la eficiencia de la gestión de residuos. Promueven también el uso de

botellas de agua reciclables en el recinto, ofreciendo para ello cientos de puntos para rellenar el agua gratuitamente además de 33 quioscos de WaterAid, organización no gubernamental con la que colaboran anualmente (Glastonbury Festival, 2022).

8. Análisis DAFO de los festivales.

Seguidamente, se detallará mediante un análisis DAFO, las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que poseen los festivales de música en la actualidad. Las debilidades y fortalezas se basarán en el nivel interno mientras que las amenazas y oportunidades se centrarán en el nivel externo. A continuación, vemos una tabla en la que se enumeran los puntos de cada sección.

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Elevado coste económico -Problemáticas con el terreno -Escasa ayuda por parte de las instituciones públicas -Falta de organización -Contaminación acústica, lumínica y medioambiental -Consumo de sustancias ilícitas 	<ul style="list-style-type: none"> -Oferta de estilos de música distintos y variado -Diferentes tipos de entradas adaptadas a las necesidades de cada persona -Oferta de alojamiento -Merchandising propio
AMENAZAS	OPORTUNIDADES

<ul style="list-style-type: none"> -Competencia -Rechazo por parte de los locales -Legislación vigente -Meteorología -Fuerzas mayores -Repercusión mediática 	<ul style="list-style-type: none"> -Turismo de festivales -Diversificación de la actividad económica -Inyección de inversión a la economía -Desestacionalización -Promoción a nivel internacional -Promoción de artistas
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

8.1 Debilidades (aspecto interno)

-Elevado coste económico: El coste económico que deben asumir las empresas es muy alto y es por eso que no todas pueden afrontarlos. Por ello, normalmente suelen ser grandes empresas en colaboración con otras, beneficiándose así de una unión.

-Problemáticas con el terreno o lugar en el que se celebra el evento: Es habitual que el área o la zona del festival se vea afectada por el evento.

A pesar de que en un inicio Mad Cool se celebrara en la Caja Mágica, el tercer año se trasladó a Ifema (Valdebebas) debido a una necesidad de ampliar la capacidad de asistentes (Madridiario, 2017).

-Escasa ayuda por parte de las instituciones públicas: Debido al alto coste económico necesario para la celebración de los festivales de música, son muchos los que piden ayuda económica a la Administración Pública. Sin embargo, las organizaciones no siempre obtienen o reciben la respuesta esperada.

Tal y como se ha mencionado anteriormente, Gil (2020) explica que Mad Cool pidió en el año 2020 un aumento de las ayudas públicas pero su petición fue denegada debido a una insostenibilidad a largo plazo.

-Falta de organización: Es de vital importancia tener una gran organización y gestionar cualquier incidencia o imprevisto de la forma más rápida y eficiente posible.

En la edición del 2018 del Mad Cool, hubo grandes quejas y disconformidad por parte de los asistentes debido a una escasa y deficiente organización por parte de la organización. Hubo cola de varios kilómetros fuera del recinto para poder acceder dentro, con altas temperaturas al sol ya que era en el mes de julio. Para acceder al parking de coches, también hubo atascos de más de una hora (Cadena Ser, 2018).

-Contaminación acústica, lumínica y medioambiental: Los festivales tienen un alto impacto ambiental negativo innegable, sobre todo aquellos que son a gran escala.

-Consumo de sustancias ilícitas: Los grandes festivales de música suelen implicar un alto consumo de drogas por parte de sus asistentes, a pesar de que haya campañas de concienciación para evitarlo o disminuirlo.

Según un estudio de medioambiente de “Environmental Research”, el río de Whitelake, que pasa por el área donde se celebrara el festival de Glastonbury, posee altos niveles de drogas en el agua como el MDMA después de su celebración (Aberg, D., Chaplin, D., Freeman, C., Paizs, B., Dunn, C. , 2022, p.2-5).

8.2 Amenazas (aspecto externo)

-Competencia: Actualmente son muchos los festivales de música tanto nacionales como internacionales con una gran popularidad como el Medusa Sunbeach Festival (España), el Festival de Coachella (Estados Unidos), el Festival en la Isla de Wight (Inglaterra)... Parte de ellos, con un gran prestigio a nivel mundial.

-Rechazo por parte de los locales de la zona: Es habitual que los residentes de la zona muestren su descontento hacia los festivales debido al excesivo ruido, la contaminación lumínica, la generación de residuos debido a un comportamiento incívico por parte de algunos asistentes, ...

Los residentes que viven cerca del recinto del festival Mad Cool se han quejado en numerosas ocasiones debido al excesivo ruido que deben soportar hasta altas horas de la noche, y más teniendo en cuenta que es una zona residencial. Uno de los vecinos declaró que “Está a dos kilómetros de mi piso, pero lo escucho como si yo estuviera allí” (Conquero, 2019).

-Legislación vigente: Es importante cumplir la legislación vigente que hay en cada zona, donde en algunos lugares puede ser más estricta que en otros, incrementándose o disminuyéndose así el coste necesario.

-Meteorología: Muchos de los festivales de música en vivo se celebran en verano y al aire libre, causando que muchas veces dependan de la volatilidad de la meteorología y deban adaptar el espacio por un tiempo imprevisto.

Un buen ejemplo de ello fue la celebración del festival Primavera Trompetera de Cádiz en el año 2018, el cual no pudo llevarse a cabo en la fecha prevista debido a unas condiciones meteorológicas adversas (Lema, 2018).

-Fuerzas mayores (pandemia, atentado terrorista...): Todos los eventos pueden verse afectados por causas de fuerza mayor que no pueden ser controladas. Tal y como ha ocurrido recientemente a nivel mundial, todas las economías se vieron afectadas por la pandemia de la COVID-19, y por ende se tuvieron que cancelar muchos festivales previstos para el año 2019.

-Repercusión mediática: La repercusión mediática es inevitable y puede beneficiar o perjudicar a la organización dependiendo de las circunstancias. Debido a los distintos "stakeholders" que se ven implicados, es complicado poder satisfacer a todos por igual.

8.3 Fortalezas (aspecto interno)

-Oferta de estilos de música distintos y variado: Cada festival es distinto y hoy en día es posible encontrar un festival de música de cualquier estilo musical gracias a la variedad de oferta que hay (rock, pop, indie, folk...), lo que permite que la demanda sea mayor debido a la variedad de oferta.

-Diferentes tipos de entradas adaptadas a las necesidades de cada persona: Todos los festivales son distintos y por ello también los servicios y entradas que ofrecen. Cada visitante puede comprar el ticket de entrada que más se adapte a sus gustos y a sus necesidades (ticket de un solo día, ticket de dos/tres días, abono vip...).

-Oferta de alojamiento: Los festivales de música con una duración superior a un día suelen ofrecer a sus asistentes la opción de alojarse en tiendas de campaña o en pequeños recintos durante la noche abonando una tarifa adicional para el aprovechamiento de dicho servicio. Sin embargo, este no es la única opción de alojamiento para los visitantes, los cuáles disponen de

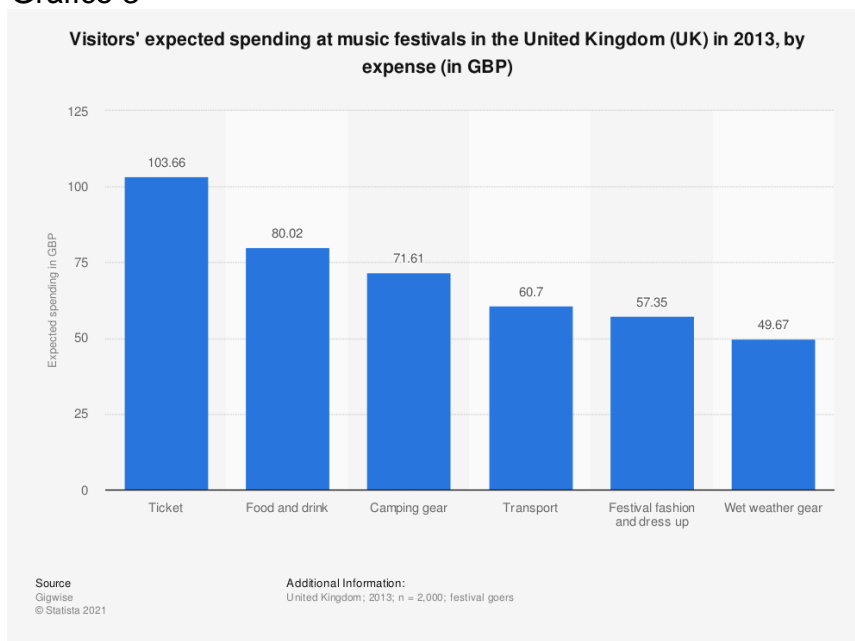
numerosos apartamentos o viviendas turísticas, normalmente cerca del mismo recinto o de fácil acceso.

-Merchandising propio: Gran parte de los beneficios obtenidos provienen de todo el merchandising vendido como camisetas, CDs, bolsas, cuadernos, etc...

En el año 2020, Mad Cool lanzó junto a FNAC dos packs con objetos promocionales para su venta: el pack Modern edition y el pack Classic edition. En ellos, el público podía encontrar artículos como botella térmica reutilizable, bolsas de tela, llaveros, vale de 20% de descuento en la sección de música de FNAC, ... (Mad Cool, 2019).

En la siguiente gráfica, se detalla el gasto esperado por visitante en los festivales de música de Reino Unido del año 2013. A pesar de que la mayoría de gasto se espera obtenerlo de la venta del ticket, hay una notable cantidad destinada a comida y bebida, gastos de camping, transporte y ropa propia del merchandisig del festival.

Gráfico 3



Fuente: Statista (2013)

8.4 Oportunidades (aspecto externo)

-Turismo de festivales: Actualmente, son muchos los lugares conocidos principalmente por la celebración de un festival como el Festival de Glastonbury, el Festival de Coachella, el Festival de Benicàssim...

Xavi Pascual, director del festival Strenes de Girona sostiene que “los festivales sirven entre otras cosas para hacer marca de ciudad” (Hidalgo, 2015).

Según Gibson y Connell (citado por Webster, E., McKay, George, 2016) los festivales son un mecanismo cultural para ganar reputación o para transformar un lugar.

-Diversificación de la actividad económica: La celebración de festivales de música es una oportunidad para diversificar la economía de un país o una zona, beneficiándose así de otra actividad y disminuyendo el riesgo de pérdidas y consecuencias en caso de que una de las actividades económica se vea afectada por alguna razón.

-Inyección de inversión a la economía: Estos eventos tienen un alto impacto económico debido a sus beneficios directos e indirectos que afectan también a los negocios de sus alrededores.

Tal y como se ha mencionado anteriormente, Mad Cool generó en el año 2019 un impacto total de 64 millones de euros en Madrid, por lo que tuvo grandes beneficios para la zona.

Un estudio afirma que durante la celebración de festivales en verano el precio de la vivienda turística aumenta considerablemente debido a un incremento de la demanda y de llegada de turistas durante ese período de tiempo (López, 2018).

-Desestacionalización: A pesar de que la mayoría de festivales se celebran en temporada alta, también podrían organizarse en temporada baja, incrementado así los beneficios ya obtenidos.

-Promoción a nivel internacional: Algunas ciudades o zonas se han convertido en puntos de gran atracción turística gracias a la repercusión que han tenido determinados eventos en ese mismo lugar, convirtiéndose en la actualidad en destinos muy populares.

-Promoción de artistas: Las actuaciones en vivo son una oportunidad para los artistas para dar a conocer sus canciones nuevas o para darse a conocer a un nuevo público que, de otra manera, no escucharía sus canciones.

Los artistas que actúan en el Festival de Glastonbury ven como sus ventas aumentan considerablemente después del evento o incrementan las reproducciones de sus álbumes en las plataformas digitales. Además, el artículo expresa que “el rapero británico Example tuvo un incremento de 2,538% en las ventas de su álbum llamado “Playing in The Shadows” y un impulso 1,200% en “The Evolution of Men” (Navas, 2013).

9. Conclusiones

Los festivales de música en directo se han convertido en un gran pilar de la economía de muchos países desarrollados, permitiendo una diversificación de la economía y convirtiéndose en una fuente de atracción turística, especialmente para los grupos de edad más jóvenes. De hecho, la motivación de muchos de sus asistentes no es el disfrute de la música o de un artista en sí, sino vivir la experiencia de asistir a estos eventos y tener la posibilidad de publicar el contenido en sus redes sociales, in situ o posteriormente.

Su origen y evolución ha sido y sigue siendo muy distinta en cada país ya que los factores y las circunstancias no han sido idénticas. Tras haber analizado las principales diferencias entre el festival de Glastonbury (Inglaterra) y el festival Mad Cool (España), se ha comprobado que son dos casos muy diferenciados. El festival de Glastonbury se creó hace más de 40 años, la cantidad de actuaciones y escenarios que ofrecen es mayor y su precio ha incrementado drásticamente desde su creación a pesar de que su esencia sigue siendo la misma. Además, cada año se destina parte de sus beneficios a organizaciones benéficas como “Greenpeace” y es innegable que llevan a cabo muchas medidas para reducir al mínimo el impacto medioambiental de un evento de tal dimensión como numerosos puntos de agua gratuita, baños portátiles para los asistentes y también papeleras para el reciclaje de los residuos.

En cambio, el festival Mad Cool es más reciente, creándose en el año 2016 pero con un buen cartel de actuaciones. Desde sus inicios, se han encargado de apoyar especialmente algunas disciplinas artísticas como la fotografía o la ilustración, y no tanto otros aspectos como la sostenibilidad y la gestión de residuos.

Es habitual conocer muchos de los mega eventos que se llevan a cabo mundialmente debido a una intensa promoción internacional como el festival de Glastonbury (Inglaterra), el festival de Coachella (Estados Unidos), ... A pesar de ello, los festivales de música en directo generan una gran controversia en la sociedad actual debido a las desventajas que conllevan y a sus efectos posteriores a corto y a largo plazo. Es innegable que el evento en su esencia genera una contaminación acústica, lumínica y medioambiental que afecta

considerablemente al planeta y a su entorno cercano como los locales de la zona. Además, hay una gran cantidad de comportamientos irresponsables por parte de asistentes a pesar de la realización de campañas publicitarias para su concienciación con el objetivo de reducirlos al máximo.

Si se busca seguir prologando la fuente de beneficios de esta actividad económica al largo plazo es necesario llevar a cabo una regulación de medidas sostenibles por parte de las Administraciones Públicas para que los empresarios las lleven a cabo. De no hacerlo y de continuarse con esta actividad con pocas medidas reguladoras en temas de contaminación medioambiental, el legado de planeta que se dejará en un futuro a los jóvenes será irreversible. Esta situación podría llevar a que la celebración de festivales de música tuviera muchas más desventajas que ventajas, lo que dificultaría su realización y aceptación.

Sin embargo, se ha constatado también que el impacto económico que aportan es muy elevado, tanto para los organizadores, la Administración Pública y la población local. Estos tres ámbitos se ven beneficiados de manera directa e indirecta y en mayor o menor escala de numerosos beneficios como: incremento de ventas con precios más elevados debido a una mayor demanda, mayor ocupación turística, fuente de atractivo turístico para locales y extranjeros, generación de puestos de trabajo, ...

Sin embargo, la pregunta clave en este debate es: ¿Existe realmente un equilibrio entre las ventajas y las desventajas de estos festivales? La respuesta es bastante más compleja de lo que parece en un principio. Cada festival y cada zona en donde se celebran es distinta, y por ello, es complicado generalizar intentando abarcar todos ellos. A pesar de esto, es cierto que se deberían aplicar ciertos criterios y normas a la hora de llevar a cabo estos eventos, sobre todo si se trata de uno de grandes dimensiones y aforo.

Como ya se ha mencionado anteriormente, son muchos los "stakeholders" que se ven implicados, y es complicado o prácticamente imposible complacerlos a todos en la misma medida. Para los locales de la zona, la queja más compartida es la del excesivo ruido que deben soportar hasta altas horas de la noche, teniendo en cuenta que muchos deben madrugar al día siguiente para ir a trabajar. Para poder atajar parte de este problema, deberían establecerse zonas para los festivales en la periferia de las ciudades, siempre lo más alejadas posible de los núcleos urbanos para alterar lo mínimo posible la rutina diaria de los locales. Este criterio parece ser de sentido común pero la realidad es que en muchas ocasiones los lugares escogidos no se encuentran tan lejos como deberían.

En cuanto a los organizadores del evento, lo más ético sería que apoyaran al negocio local de la zona, además de preocuparse por el aspecto medioambiental. A pesar de que su objetivo sea lucrarse económicamente, eso no implica que sea necesario perjudicar el entorno sin tomar medidas para evitarlo. Ciertamente es que, si llevan a cabo estas medidas, podrían beneficiarse menos porque tienen un alto coste para la empresa. Sin embargo, ayudaría a que el entorno no se viera tan perjudicado y que consecuentemente, el evento pudiera celebrarse por muchos años más. Otra buena opción también, sería la de no celebrar el evento cada tres o cuatro años, para poder darle así un respiro a la zona y permitir una pequeña recuperación, cuya medida lleva a cabo por ejemplo el festival de Glastonbury.

Y en último lugar, pero no por ello menos importante, es vital fijar ciertas normas para los asistentes. De hecho, teniendo en cuenta que realizan esta actividad como ocio, la mayoría de las veces se olvidan o simplemente no les importa el comportamiento irresponsable que llevan a cabo. Por ello, deberían comprometerse voluntariamente a seguir las indicaciones que el evento establece. Sin embargo, ¿cómo podría luego comprobarse luego quién cumple las normas y quién no? Quizás en un festival a pequeña escala podría bastar teniendo vigilantes de seguridad contratados, y aún así seguiría siendo complicado su gestión y el control de la situación.

Así pues, considero que estamos ante una industria muy compleja y susceptible. Por ello, un turismo basado en ella podría conllevar numerosos beneficios económicos, pero también muchas complicaciones y puntos débiles, imposibles de prever en muchas ocasiones. Es por eso mismo que considero viable dedicar parte de los recursos de una economía en invertir en esta industria, siempre y cuando no se dependa completamente de ello. Es decir, una ciudad y/o país podría diversificar su economía en turismo de festivales, automoción y construcción. En términos generales, se trataría de encontrar un equilibrio entre industrias más estables y quizás menos rentables con otras más inestables pero más rentables a corto y a largo plazo.

10. Bibliografía

- Aberg, D., Chaplin, D., Freeman, C., Paizs, B., Dunn, C. (2022). The environmental release and ecosystem risks of illicit drugs during Glastonbury Festival. *Environmental Research*, Volume 204 Part B. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2021.112061>
- Anderton, C. (2018). *Music Festivals in the UK: Beyond the Carnavalesque*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315596792>

- Buceta, N., (2018). El hit de los Festivales de música en España. Informe OBS: El hit de los Festivales de música en España (slideshare.net)
- Cadena Ser. (2018, 13 julio). Colas de más de una hora y atascos para entrar en el Mad Cool. Colas de más de un hora y atascos para entrar en el Mad Cool | Actualidad | Cadena SER
- Conquero, B. (2019, 12 julio). El Mad Cool, la pesadilla de los vecinos de Valdebebas. *La Razón*. El Mad Cool, la pesadilla de los vecinos de Valdebebas (larazon.es)
- Domingo, M. (2017, 28 octubre). El festival Mad Cool se traslada a Ifema. *ABC*. El festival Mad Cool se traslada a Ifema (abc.es)
- Einforma. (2021). *Mad Cool festival SL. en Madrid*. Mad Cool Festival SL. (einforma.com)
- Europa Press. (2016, 19 junio). La primera edición del Mad Cool finaliza con éxito. *El Heraldó*. La primera edición del Mad Cool finaliza con éxito | Noticias de Ocio y Cultura en Heraldó.es
- Glastonbury festival. (2019). *History. 2019 | Glastonbury Festival (glastonburyfestivals.co.uk)*
- -Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts. (2022). Event Management Planning Document. *GLASTONBURY FESTIVAL 2022 EVENT MANAGEMENT PLANNING DOCUMENT.final (mendip.gov.uk)
- Gil, P. (2020, 10 febrero). Mad Cool pide a Ayuntamiento y Comunidad de Madrid una subvención de 16 millones de euros. *El Mundo*. Mad Cool pide a Ayuntamiento y Comunidad de Madrid una subvención de 16 millones de euros (elmundo.es)
- Lema, K. (2018, 14 marzo). El festival Primavera Trompetera 2018, aplazado por mal tiempo. *El País*. El festival Primavera Trompetera 2018, aplazado por mal tiempo | Miss Festivales | EL PAÍS (elpais.com)
- Lifeboxset. (2022). El festival Glastonbury pierde cifra récord después de cancelar su edición 2021. Glastonbury pierde cifra récord después de cancelar su edición 2021 (lifeboxset.com)
- López, I. (2020, 3 julio). Medio siglo de Glastonbury, el festival que cambió el pop británico. *El País*. Medio siglo de Glastonbury, el festival que cambió el pop británico | Babelia | EL PAÍS (elpais.com)

- Macías, F. (2021). Benidorm, punto de encuentro de la cultura y la música española. *RTVE*. [Eurovisión 2022: Historia del Festival de Benidorm \(rtve.es\)](#)
- Mad Cool. (2017). *Comienza Mad Cool 2018*. [COMIENZA MAD COOL 2018 \(madcoolfestival.es\)](#)
- Mad Cool. (2019, 30 noviembre). *Mad Cool Festival 2020 apuesta por la sostenibilidad con el medio ambiente con una doble edición del pack Fnac*. [Mad Cool Festival 2020 apuesta por la sostenibilidad con el medio ambiente con una doble edición del pack Fnac](#)
- Mad Cool. (2022). *Tickets*. [Tickets \(madcoolfestival.es\)](#)
- Martín, L. (2020). A pesar de otras cancelaciones, Mad Cool sigue adelante, ¿cuánto dinero mueve?. *Capital Radio*. [Mad Cool sigue adelante, ¿cuánto dinero mueve el festival? | Capital Radio](#)
- McKay, G. (2015). *The pop festival: history, music, media, culture*. Bloomsbury Publishing USA,5. [The Pop Festival McKay introduction.doc \(live.com\)](#)
- McKercher, B., Wan, S., Tse, S. (2006). Are short duration cultural festivals tourist attractions?. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1), 55-66. [10.1080/09669580608668591](#)
- Mendip District Council. Premises Licence. [Premises Licence PRL767 - Glastonbury Festival - Web copy.pdf \(mendip.gov.uk\)](#)
- Muzikalia. (2016). El festival Glastonbury lanza su primer recopilatorio con fines benéficos.
- Navas, A. (2013). El impacto de Glastonbury y los festivales en las ventas de verano. *Industria Musical*. [El impacto de Glastonbury y los festivales en las ventas de verano - Industria Musical](#)
- Navas, A. (2014). Glastonbury generó solo €971.000 en ganancias luego de €44.5 millones en ventas. *Industria Musical*. [Glastonbury generó solo €971.000 en ganancias luego de €44.5 millones en ventas - Industria Musical](#)
- Organización Mundial de la Salud (OMT). Glosario de términos de turismo. [Glosario de términos de turismo | OMT \(unwto.org\)](#)

- Porras, C. (2019). *Turismo de festivales: más turistas y mayor visibilidad para los destinos*. Hosteltur. [Turismo de festivales: más turistas y mayor visibilidad para los destinos | Economía \(hosteltur.com\)](#)
- Real Academia Española. (2021). *Festival*. [festival | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE](#)
- Richards, G., Wickens, E., Franquesa, J., Herrero, L., Panayidou, C. (2004). Cultural tourism: globalising the local – localising the global. [Cultural tourism globalising the local I.pdf](#)
- Seclen, D. (2019). Michael Eavis: el hombre creador de Glastonbury Festival. [Michael Eavis: el hombre creador de Glastonbury Festival | Garaje del Rock](#)
- Statista. (2021). • [Statista: el portal de estadísticas para datos de mercado, investigaciones de mercado y estudios de mercado](#)
- Instituto Nacional de Estadística. (2021). [INE. Instituto Nacional de Estadística](#)
- Hidalgo, L. (2015, 4 noviembre). Cuando la vida es festival. *El País*. [Música: Cuando la vida es festival | Cultura | EL PAÍS \(elpais.com\)](#)
- Turismo Madrid, (2015). Mad Cool Festival. [Mad Cool Festival | Turismo Madrid \(esmadrid.com\)](#)
- UK Music (2015). Music Tourism's Contribution to the UK economy. [UK Music | Wish You Were Here | 2015 \(slideshare.net\)](#)
- López, S. (2018, 18 julio). Los festivales de verano disparan el precio de los alquileres vacacionales hasta un 36%. *El País*. [Los festivales de verano disparan el precio de los alquileres vacacionales hasta un 36% | Vivienda | EL PAÍS \(elpais.com\)](#)
- Webster, E., McKay, G., (2016). *From Glyndebourne to Glastonbury: The impact of British music festivals*. Norwich: Arts and Humanities Research Council. [*Festivals in England Report.pdf](#)