

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2018-2019

PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y CREATIVIDAD EN UN EVENTO MUSICAL: ARENAL SOUND
FESTIVAL

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Laura Salicio Cecilia

Tutor: Teresa Gema Martín Casado

Segovia, julio 2019.

ÍNDICE

1. Introducción	4
2. Justificación personal del tema de estudio	5
3. Objetivos	6
4. Metodología	7

PARTE TEORÍA

5. Contextualización del objeto de estudio : festival musical	9
5.1 Concepto de festival	9
5.2 Breve historia de los festivales de música	11
5.3 Festivales musicales de España	12
5.4 Planificación y organización de festivales de música	14
5.5 Financiación y situación actual de los festivales españoles	17

PARTE EMPÍRICA

6. Justificación del método. Estudio de caso: Arenal Sound Festival	21
6.1 Justificación del método de estudio	21
6.2 Objetivos del festival	22
6.3 Situación geográfica y temporal	22
6.3.1 Ubicación y temporalidad	22
6.4 Organización del evento	24
6.4.1 Comunicación	24
6.4.2 Patrocinios y colaboraciones	25
6.4.3 Contrataciones.....	27
6.4.4 Entradas, transporte y alojamiento.....	28
7. Impacto económico y repercusiones a nivel turístico y social	32
8. Resultados	35
8.1 Objetivos de la parte general	35
8.2 Objetivos de la parte empírica.....	36
9. Conclusiones	38
10. Fuentes documentales	40

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Análisis de redes sociales	25
Gráfico 2. Evolución del impacto económico	32
Gráfico 3. Evolución del empleo generado	33

1. Introducción

El presente trabajo tiene como objeto analizar la organización de eventos musicales mediante el estudio de caso del *Arenal Sound Festival*, el cual se ha consolidado como uno de los más importantes festivales de este país. Dicho evento musical se realiza en la Comunidad Valenciana durante la temporada estival y cada año acuden a él miles de personas para disfrutar de la música y el clima que brinda su privilegiada ubicación.

En el momento actual un gran número de jóvenes han visitado o desean visitar en alguna ocasión cualquiera de los numerosos eventos de esta categoría que se celebran en España a lo largo del año. Con el tiempo se han convertido en una cita importante que reúne a miles de personas con ganas de disfrutar de una experiencia sin precedentes.

El abanico de posibilidades en cuanto a estilos musicales que brindan los festivales que se celebran en el país en bastante amplio, aunque los predominan son los de *Pop*, *Rock* e *Indie*, los cuales suponen un 33,1 %, un según un estudio de “Oh,HolyFestivals” . Cada año se celebran cerca de 850 y dentro de ellos, los 10 más importantes tienen un impacto económico cercano a los 400 millones de euros.¹

Es innegable la popularidad que han adquirido eventos de este tipo como *Viña Rock* en Villarobledo (Albacete) o *Arenal Sound* en Burriana (Castellón) que se han convertido en los grandes referentes de este sector.

El evento en el que se centra el proyecto ha sufrido una evolución desde su comienzo hasta la actualidad. Los cambios acaecidos desde el punto de vista de su organización y las consecuencias derivadas de su realización suponen un gran impacto económico comunicativo y social, lo cual le hace merecedor para llevar a cabo este análisis. Dentro de este proceso de evolución también se ha creado una imagen sólida y buena reputación, alcanzando tal nivel que las marcas más importantes y personajes relevantes quieren que ser asociadas con este tipo de evento.

La investigación va a tener como base el análisis de este evento, las funciones de la organización y comunicación través de este caso, teniendo en cuenta que constituyen un pilar fundamental para alcanzar el gran éxito y mantener los buenos resultados

¹https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/05/23/fortunas/1527100818_086164.html (26/12/18)

logrados y considerando que la laboriosa tarea que realizan es de vital importancia para la supervivencia de los festivales en general y de este en concreto.

2. Justificación personal del tema de estudio

Las motivaciones que me han llevado a elegir el tema son mi interés por la organización de eventos y el auge de los festivales musicales en España. Mi primer contacto con este festival fue en 2016 cuando me empecé a interesar por el *Arenal Sound* puesto que llamó mi atención al ver la gran popularidad que tenía en mi entorno.

Ante la gran relevancia que han ido adquiriendo en los últimos años los festivales de música, especialmente entre el público joven y las marcas, éste se ha convertido en uno de los más conocidos e importantes en la actualidad, por lo que decidí que podría tratarse de un buen objeto de estudio.

El estudio titulado “Oh,HolyFestivals” realizado por el Observatorio de Patrocinio de Marcas en Festivales de España demuestra que este tipo de fiestas se han convertido en un auténtico fenómeno social que va más allá de la música. Este estudio justifica con cifras la tendencia de disfrutar de la música al aire libre y el significado de este tipo de eventos para las nuevas generaciones, las marcas y las empresas.

Lo que comienza como un interés basado en el entretenimiento que aporta vivir esta experiencia se convierte en algo que va más allá. En el momento en el que me doy cuenta de que me gustaría dedicarme a la organización de eventos, dejo de ver estos festivales como una mera espectadora que solo quiere disfrutar de la música y comienzo a interesarme por más aspectos y a encontrar semejanzas con algunos de los contenidos que he aprendido como estudiante del grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

La elección de este evento en concreto está basada en un criterio particular en el que influyen mi preferencia por la variedad musical que ofrece y la importancia social que éste tiene. Se trata de un evento que se encuentra en la primera posición del ranking de los festivales más famosos y rentables alcanzando los 300.000 asistentes y con un

impacto de 40 millones de euros, en la edición de 2018². Nace en el año 2010 y desde entonces ha ido evolucionando e incorporando actividades paralelas como complemento de la oferta musical, convirtiéndolo en toda una experiencia.

Es destacable para mí que la cultura del festival tiene un efecto importante para la economía de este país y parte de ese impacto viene dado por los patrocinios que se realizan en estos eventos y es que los festivales ofrecen un espacio publicitario que permite a las marcas generar conexión con los asistentes y ganarse su confianza, lo que tiene relación directa con los contenidos que he aprendido durante mis estudios y amplía las posibilidades del análisis.

Desde el punto de vista de la organización de eventos considero que las claves del éxito del *Arenal Sound* son la fecha de celebración, la ubicación elegida y las actuaciones. La época estival es uno de los mejores momentos ya que el buen tiempo y la disponibilidad temporal de los asistentes son factores importantes, además de que se lleva a cabo en la Comunidad Valenciana, lugar que goza de un clima caluroso y se encuentra cerca del mar, lo cual lo hace más atractivo junto con la cantidad y calidad de los artistas que acuden al festival.

3. Objetivos

Mediante la realización de este trabajo el objetivo principal es aportar una visión de los festivales musicales desde la óptica de la organización de eventos, para mostrar cómo se hace posible su realización además de los efectos que tienen éstos en la sociedad y en la economía del país.

Para ello, se lleva a cabo una investigación con el fin de recopilar toda la información posible sobre este tipo de actos y posteriormente realizar un análisis exhaustivo de la misma.

Para abordar este trabajo se plantean, en primer lugar, unas líneas generales que permitan una visión más amplia del tema tratado y, en segundo lugar, otras más específicas centradas en el estudio de caso. Por tanto, a continuación se exponen una

²https://elpais.com/ccaa/2018/08/06/valencia/1533572717_341256.html(26/12/18)

serie de objetivos divididos en dos apartados, uno más teórico y general y otro más específico:

Objetivos del primer apartado:

- Enmarcar en un contexto el estudio del tema en torno al cual se desarrolla el trabajo mediante la explicación del concepto de festival y su historia.
- Conseguir un acercamiento al caso de estudio mediante la exposición de los principales festivales que se celebran en el país y cómo se lleva a cabo la planificación y organización de dichos eventos.
- Mostrar los métodos a través de los cuales se financian los festivales en el país y la situación en la que se encuentran en la actualidad

Objetivos del segundo apartado:

- Llevar a cabo un estudio de caso de un importante festival en España, el *Arenal Sound*, a través del análisis de los diversos aspectos de su organización y repercusión.
- Conocer los elementos clave que definen el *Arenal Sound* como evento musical.

4. Metodología

El enfoque metodológico en el que se basa la investigación comienza con el análisis de fuentes documentales vinculadas con el tema principal del trabajo, tales como diversas tesis y artículos de revistas científicas, especializadas y basadas en eventos, especialmente musicales, a través de lo cual se pretende explicar diversos aspectos que permitan comprender el auge de los festivales de música que se está produciendo desde hace unos años en el país. También se realiza una búsqueda de artículos periodísticos y noticias publicadas en medios online procedentes de fuentes fiables y con extenso conocimiento de esta materia.

Para completar la citada investigación se aplican los conocimientos adquiridos en el Grado a lo largo de la etapa universitaria.

En una segunda parte del trabajo, parte empírica, se lleva a cabo un estudio de caso de éxito, referido a *Arenal Sound*, como ejemplo de éxito reconocido, centrándose en un

contexto más específico, que permite el acercamiento o aplicación de la teoría a un caso real.

5. Contextualización del objeto de estudio: festival musical

Con el objetivo de comprender el tema central del trabajo, el festival musical, se hace necesario enmarcarlo dentro de un contexto que va de lo general a lo particular. La contextualización a nivel general incluye la definición del concepto y la historia de los festivales. En el nivel particular, se exponen los principales festivales, su organización y planificación, su financiación y la situación actual, especialmente del *Arenal Sound Festival*, todo ello en el contexto español.

5.1 Concepto de festival

Consideramos importante empezar definiendo el concepto festival como base crucial de este trabajo.

El término festival es utilizado para referirse a un gran número de celebraciones y la dificultad para definirlo reside en la cantidad de eventos que son llamados de tal forma y en la gran variedad de temáticas que existen. Debido a esta amplia variedad de festivales existentes, son numerosos los puntos de vista que se tiene de ellos y es difícil aunar en una sola definición una descripción exacta de lo que son. Algunos autores como Goldlatt (1991) o Getz (1997) establecen definiciones generales del concepto.

Estas circunstancias han propiciado que, en muchos casos, se utilicen otros términos para referirse a aquellos eventos con funciones y características similares, que responden, en su mayoría, a una especificidad de carácter temporal, a pretensiones experimentales o razones comerciales, e incluso en algunos casos se ha logrado que sean reconocidos por su nombre. (Bonet, 2011)

Para Devesa (2006), los festivales no son el resultado de una simple suma de manifestaciones artísticas, sino que son un proceso cultural activo, en constante evolución y lejos de encontrar una estructura institucional definitiva.

Con el fin de orientar la investigación, se lleva a cabo una primera búsqueda en el diccionario de la Real Academia que ofrece las siguientes definiciones del concepto que se acercan a lo que aquí se pretende estudiar:

1. Fiesta, especialmente musical.
2. Conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte.³

Sin dejar de lado estas acepciones, cabe destacar que continuando con la investigación cuyo objeto es encontrar una definición más extensa y completa que describa con detalle lo que es un festival, son numerosos los autores que han tratado de definirlo.

Uno de ellos es Wagner (2007) que afirma: Festivales son una serie de eventos festivos o especiales, con al menos tres programas, preparado para una audiencia, organizado periódicamente, con una fecha clara de inicio y finalización y sus objetivos principales con la mediación de los valores y la experiencia comunitaria.

Tras un acercamiento y una contextualización en el más amplio sentido de la palabra, cabe mencionar autores como L.Bonet ,M.Guerin y E.Négrier (2012)que establecen una serie de características que debería cumplir un evento para que sea considerado un festival de música, el cual supone el tema principal del trabajo actual:

- Representación, como mínimo, de seis conciertos diferentes en directo.
- Duración mínima de dos días o más de doce horas de música.
- Más de tres ediciones de celebraciones.
- El lugar donde se desarrolle no ha de formar parte de la programación estable del sitio donde se realiza.
- No pertenecer al programa de fiestas patronales de los municipios.
- Exclusión de los eventos cerrados a los que se accede por invitación.

Son diversas las perspectivas y los puntos de vista que se tienen a cerca de esta terminología pero la mayoría coinciden en que son un tipo de evento en el que concurren manifestaciones artísticas y su duración se alarga varias horas o días. En la actualidad existen un gran número de eventos con estas características, pero son los de tipología musical los que se asocian de manera común a este concepto.

³<http://www.rae.es/> (14/03/19)

5.2 Breve historia de los festivales de música

Los festivales de música tienen su origen en Estados Unidos. Allí nació, en 1954, el *Newport jazz festival*⁴, de la mano de George Wein. Cinco años más tarde, en 1959, tiene lugar el *Newport folk festival*, el primero celebrado al aire libre. Tenía como inspiración los festivales de música clásica que se celebraban en el siglo XIX. (Higueruela, 2017).

En 1961, se celebró uno de los más conocidos del Reino Unido, el *Festival Nacional de Jazz*. En 1971 tuvo lugar en Reading, adoptando este nombre y cambiando de estilo musical. Llegó a convertirse en el festival de rock más importante del país. Finalmente, en 1999, se trasladó a Leeds. (Higueruela, 2017).

En la localidad de Monterrey (México), surge en 1967 el *Monterrey International Pop Music Festival*, el mayor evento musical hasta entonces, al que acudieron algunas de las bandas más populares del momento. (Moral, 2018)

Dos años después, en 1969, nació en Estado Unidos *Woodstock*, un festival de música considerado de los más importantes de la historia por sentar las bases ideológicas y culturales de la década de los 70. Adquiere el nombre de la localidad donde se iba a celebrar inicialmente, aunque tuvo que cambiar su ubicación. (Benavent, 2016)

Según Giles (2017), en 1970 tuvo lugar en el la isla de Wight (Inglaterra) el que en aquel momento se conocía como *Pilton Festival* y que a principios de los 80 pasó a llamarse *Festival de Glastonbury*, el cual durante los tres primeros años contó con la presencia de la Campaña para el Desarme Nuclear como organizador. En 1990 sufrió otro cambio en su nombre pasando a ser *Glastonbury Festival for Contemporary Performing Arts*.

⁴ El *Newport Jazz Festival* tiene lugar en agosto en Rhode Island (Estados Unidos). Ha albergado algunos de los artistas de jazz más famosos y ha dado lugar a diversas grabaciones fundamentales para este género, como la película de concierto "Jazz on a Summer's Day".
<https://www.visittheusa.mx/experience/guia-festivalera-tu-manual-basico-de-eventos-de-musica-jazz-en-estados-unidos> (10/6/2019)

También en Inglaterra, en la década de los 80, marcada por la heterogeneidad de los festivales, surge *Monsters of Rock* que se proclamó como uno de los grandes éxitos de de esa década. (Higueruela, 2017).

Los 90 son la época en la que surgen nuevos estilos musicales y en la que nacen festivales tan conocidos hasta el día actual como *Coachella*, que se lleva a cabo en California durante 3 días en el mes de abril. (Gómez, 2015)

En España la historia de los festivales tiene su inicio en la transformación de algunos eventos artísticos, como *La Quincena Musical de San Sebastián* que surge tras los conciertos estivales de 1939 o el *Festival Internacional de Santander* en 1948 que se desarrolla en un entorno universitario cuyo fin era desarrollar diferentes actividades musicales con estudiantes del extranjero. (Gómez, 2015)

5.3 Festivales musicales de España

La Asociación de Promotores Musicales afirma que a finales de los años 50 aparecen en España los festivales de música moderna tal y como se conocen en la actualidad. El *Festival de Benidorm* (Alicante) y el *Festival de la Canción Mediterránea* en Barcelona son los más representativos y tenían como objetivo dar a conocer a autores y artistas, principalmente españoles. Se trataba de una competición en la que los mejores de cada certamen eran elegidos por un jurado y se les premiaba con dinero en metálico. La primera edición del *Festival de Benidorm* fue en 1959 y fueron 39 las ediciones que se celebraron. En los años 70 pasó por un período de crisis lo que le llevó en 1985 a desaparecer, pero posteriormente en 1993 resurgió para en 2006 cerrar totalmente.

En 1971 tiene lugar el primer festival al aire libre del país, concretamente en Granollers (Cataluña) con el nombre de *Festival Internacional de Rock Progresivo* que no tuvo segunda edición. Cuatro años después, en el verano de 1975, tuvo lugar en la ciudad de Canet de Mar, también en dicha comunidad autónoma, el *Festival Canet Rock*, logrando ser el festival en vivo más multitudinario hasta entonces, a él asistieron 40.000 personas. Éstos han sido pioneros en importar una forma innovadora de disfrutar la música en directo y son un referente para los grandes festivales tal y como los conocemos hoy en día como el *FIB*, el *Sónar*, el *BBK Live* y el *Primavera Sound*. (García, 2016).

A principios de la década de los 90, se organizan festivales que toman como referencia el Glastonbury (Inglaterra) y el Lollapalooza (Estados Unidos), siendo el caso más representativo el *Festival Internacional de Benicàssim*. La audiencia, con ganas de nuevas emociones y los emprendedores ligados a la música, son los elementos que propiciaron el auge de los festivales en España (Fouce, 2009).

En el año 1984 nace en Logroño el *Iberpop '84* con la intención de ser un festival dedicado a las principales figuras del pop y el rock nacionales, logrando establecerse como uno de los primeros festivales masivos del país. En 1989, se celebra la primera edición del *Espárrago Rock* en la provincia de Granada, convirtiéndose también en uno de los grandes festivales del país. (Delgado, 2019)

Diversas webs como *Skyscanner*, *Bacchanal* o *Business Insider* han realizado clasificaciones de los mejores festivales de España, entre los que se incluyen:

El *Festival Sónar* en Barcelona que nace en 1994 y un año más tarde lo hace el *Festival Internacional de Benicàssim* con el nombre de *Festival Independiente de Benicàssim*, los cuales influyeron a la hora de generar un tipo de festival al que acudía un público muy concreto. La audiencia que acudía a los festivales lo hacía para vivir una experiencia única y no exclusivamente para disfrutar de la música (Gómez, 2015).

En el año 1996 se celebra por primera vez el *Doctor Music Festival* en la provincia de Lérida, considerado como uno de los festivales masivos de España⁵. Su oferta musical incluía diversos géneros y se realizaban actividades complementarias a los conciertos. (*Un festival por dentro*, 2015)

En ese mismo año, en Villarrobledo (Albacete), se celebra la primera edición del *Festival Nacional de Música Apocalíptica*, por iniciativa de un grupo de jóvenes junto con el Ayuntamiento de la localidad. Posteriormente adquiere el nombre por el que se le

⁵ A pesar de ser considerado uno de los festivales masivos, se vio obligado a buscar otro emplazamiento debido al déficit producido en su ubicación original. En el año 2000 se celebró en Asturias y tres años después en Barcelona, bajo el nombre de *Doctor Music Day*.
<https://festivalxdentro.com/articulos/doctor-music-festival-gloria-declive-padre-festivales-espana/>
(10/6/2019)

conoce actualmente, *Viña Rock*, a razón de estar ubicado en una localidad con gran extensión de viñedos.⁶

El festival *Primavera Sound*, se celebra en Barcelona desde el año 2001 y ha logrado establecerse como un modelo de festival urbano conocido a nivel mundial. Paralelamente a este evento se celebra el *Primavera Pro*, un encuentro dirigido a los profesionales de la industria musical a nivel internacional.⁷

En 2006 comienza a celebrarse el *Bilbao BBK Live* uno de los mejores valorados por el público y por el que han pasado grandes bandas internacionales de prestigio. Dos años después tiene lugar en Benidorm (Alicante) el *Low Cost Festival Benidorm* que durante 3 días ofrece *Indie, Pop y Rock* de calidad. En otra localidad valenciana, Burriana (Castellón), nace en 2010 el *Arenal Sound Festival*, el más multitudinario del país. Además, su cartel es uno de los más extensos del panorama *Indie*, por él han pasado un gran número de bandas españolas y a la vez grandes artistas internacionales. (García, 2016)

Este festival se toma como caso de estudio para este trabajo al ser considerado un fenómeno dentro del panorama musical español y con un alto nivel de repercusión mediática, siendo noticia en diversos medios relevantes a nivel nacional como *El Mundo* o *El País*, y a nivel regional, como *Levante*. Además se convierte en objeto de estudio para la realización de informes como los que lleva a cabo el *Observatorio de Patrocinio de Marcas en Festivales*.

5.4 Planificación y organización de festivales de música

La organización de un evento conlleva tener en cuenta una serie de pautas y etapas que permiten realizarlo de una manera apropiada. A nivel general, considerando el marketing de eventos, el organizador ha de prestar atención a una serie de aspectos relevantes en el proceso: control presupuestario y financiero; control de los aspectos físicos; la ubicación y las actividades que se realicen, que son potenciadores del éxito ;la promoción antes del evento, que es un aspecto decisivo para dar a conocerlo entre la

⁶ <https://www.todorock.com/festivales/la-historia-del-vina-rock-desde-1996-hasta-2019/> (10/6/2019)

⁷ <https://www.primaverasound.com/about> (10/6/2019)

audiencia y aquí la publicidad juega un papel importante, y por último el control de los recursos humanos, que son un factor clave en el desarrollo del evento. (Siskind, 2007)

Gloria Campos (2008), afirma que la producción está adquiriendo protagonismo entre la planificación y la organización de eventos y establece una serie de fases:

Captación: en primer lugar se realiza la captación del proyecto a través de la agencia, por encargo del cliente o promotor o por concurso.

Pre-producción: en esta fase se lleva a cabo el análisis del *briefing*, se fijan los objetivos de producción, se selecciona la localización, se establece la idea de puesta en escena y se desarrolla la propuesta que se llevará a cabo.

Producción: en esta etapa se establece el plan de recursos humanos, se realizan visitas de prospección técnica, se elabora un plan de necesidades, se lleva a cabo la gestión con proveedores, se crea el *timing*, la escaleta.

El directo: puesta en marcha de lo que se ha planificado y preparado, que debe salir a la perfección, para lo que se habrán realizado ensayos previamente.

Post producción: se produce el desmontaje, la evaluación del proyecto y la medición de sus resultados. También se lleva a cabo la evaluación de la ejecución del evento, los actores, el público y los organizadores, de los resultados económicos y por último, el nivel de satisfacción de los organizadores.

Existen diversas tipologías de eventos y cada uno posee unas peculiaridades y particularidades que hacen que su organización y producción se lleve a cabo de diferente manera.

La profesora Martín Casado, Teresa Gema, en la asignatura Protocolo y Organización de eventos (2018), determina tres etapas en un evento:

Pre- evento: definir el evento. En esta etapa se establecen los fines del evento y se lleva a cabo el análisis de los objetivos; se selecciona el lugar y la fecha de celebración; se realiza el presupuesto; se inicia el contacto con los patrocinadores; se realiza la estrategia de comunicación del evento; se lleva a cabo la planificación y ejecución de la puesta en escena; y se crea el organigrama y el cronograma.

En evento: recepción. Se lleva a cabo el seguimiento y la comunicación durante el evento.

Post- evento: es la última fase, en la que se evalúan los resultados de la comunicación; se revisan las redes sociales y se monitoriza el *hashtag*; y se elabora el reporte y las sugerencias.

No existe un esquema fijo para organizar un festival de música, sino que la organización ha de adaptarse a los aspectos que condicionan el evento. Una de las formas de llevar a cabo esta actividad es mediante la realización de un modelo de organización de eventos tomando como base el Modelo de Negocio de Canvas que permite la visualización de las tareas que esto implica:

Segmentación:

El primer paso para la organización de un festival de música es la identificación del público al que va dirigido. De forma común se dan 3 segmentos principales: los asistentes, los anunciantes o marcas y las administraciones.

Propuesta de valor

El target del festival ha de verse atraído por algo que le incite a acudir a él. Los anunciantes buscan vincularse a eventos capaces de generar emoción y afinidad con la marca. Por otro lado, a las administraciones les interesa que el evento suponga una fuente de ingresos para la localidad donde se celebra.

Distribución

Para que los asistentes puedan acudir al festival han de adquirir las entradas y para la correcta distribución de las mismas se ha de tener en cuenta cómo es el target, lo que facilita la elección del medio más adecuado.

Relación con los clientes

Este punto hace referencia a la manera en la que se va a dar a conocer a los clientes el festival, para lo cual que sigue una estrategia de marketing y comunicación.

Fuente de ingresos

Uno de los aspectos más importantes en la organización de un festival de música es lograr rentabilizarlo y las fuentes más comunes que proporcionan ingresos en este tipo

de eventos son: la venta de entradas, los patrocinios, subvenciones, las barras donde se proveen bebidas y el merchandising.

Actividades clave

Cierto tipo de actividades son claves para la organización de este tipo de eventos, entre las cuales se encuentran el *booking* o contratación de artistas, la producción y el control de accesos.

Recursos clave

Para la organización es importante contar con activos como marcas, bases de datos de clientes anteriores, equipo y recursos económicos, que suponen recursos clave para la creación y el desarrollo del evento.

Alianzas estratégicas

Resulta difícil organizar un evento de música sin establecer alianzas con socios y proveedores, que provean de recursos económicos y materiales.

Estructura de costes

Todos los pasos que conlleva organizar un festival musical tienen un coste económico al que hay que añadir las campañas de comunicación y marketing y el coste del personal que se ha de contratar.⁸

5.5 Financiación y situación actual de los festivales españoles

El panorama actual de los festivales de música en España es alentador y sigue un proceso de crecimiento a pesar de condicionantes que se han ido desarrollando desde que se iniciara dicho proceso, tales como la crisis económica que ha afectado y afecta al país. A pesar de ello, los festivales más importantes del país logran financiarse año tras año, mientras otros, de menor magnitud, finalmente acaban desapareciendo.

Carreño (2014) afirma que la financiación de los festivales de música en España se caracteriza por provenir de 4 fuentes:

⁸[https://www.eventbrite.es/blog/como-organizar-festival-musica-ds00/\(28/03/19\)](https://www.eventbrite.es/blog/como-organizar-festival-musica-ds00/(28/03/19))

Por un lado, la Administración pública, ayuda a poner en marcha este tipo de eventos mediante aportaciones directas, dicha ayuda puede provenir tanto de administración local, como regional o estatal y en algunos casos, europea.

Por otro lado, entre las restantes fuentes de financiación de los festivales se encuentran: las aportaciones de los patrocinadores, los ingresos que provienen de la taquilla mediante la venta de entradas; y por último, las ganancias que se generan por la actividad del evento, principalmente a través de la adquisición de merchandising o de productos como bebidas o alimentación por parte de los asistentes al festival dentro de sus instalaciones.

Aunque estos suponen los principales canales a través de los cuales logran financiación, los festivales no se financian únicamente a través de ingresos monetarios, sino que también se benefician de infraestructuras como escenarios o iluminación, de personal que le ceden otras organizaciones ajenas a la promotora del festival, además de inserciones publicitarias "gratuitas" en diversos medios de comunicación que se logran previo acuerdo de intercambio y ciertos servicios imprescindibles como, por ejemplo, asistencia médica, que en ocasiones se ponen a su disposición a cargo de las arcas públicas.(Carreño,2014).

Héctor Fouce (2009), profesor del departamento de periodismo de la Universidad Complutense de Madrid, en un estudio de la industria musical expone que un festival se financia mediante tres vías principalmente: la venta de entradas, los sponsors privados y las ayudas públicas. El número de festivales que pueden sostenerse solo por las aportaciones de sus asistentes es muy bajo y está ligado a estilos musicales concretos. Gabriel Nieves, director del *Viña Rock*, afirma en 2008 que la importancia de los patrocinadores y las marcas resulta insignificante para ellos.

Las marcas comerciales suponen otra de las fuentes de financiación para los festivales. Se trata, generalmente, de empresas que comercializan productos que van dirigidos especialmente a un público joven o que trata de tener una imagen joven.

Respecto al análisis situacional de este tipo de eventos, resulta destacable que España es el país de la Unión Europea en el que se celebran más festivales al año. Pese a ello, no dispone de una normativa jurídica que identifique este tipo de eventos como espectáculos públicos y de respuesta a las necesidades y particularidades de un sector

que no deja de crecer en cuanto a asistentes y volumen de negocio desde las dos últimas décadas, según datos del artículo *En el país de los festivales sin ley*, de *El País*.

Para reivindicar la figura de los festivales de música popular como eventos artísticos-culturales, algunos de los festivales más representativos como *Sónar*, *FIB*, *Primavera Sound* o *Bilbao BBK Live*, entre otros, promueven la *Asociación de Festivales de Música*. Como indica Navarro, dicha asociación ha llevado a cabo en 2019 unas jornadas bajo el nombre de *A Escena!* con el fin de debatir acerca de la necesidad de un marco legal para los festivales de música, los cuales están considerados como eventos de ocio o recreativos cuando, sus promotores afirman que se trata de manifestaciones culturales contemporáneas.

Por tanto, los festivales de música, son considerados como eventos recreativos al aire libre y se acogen a leyes de suelo y espectáculos dispersas, con diferentes parámetros que dependen de las distintas ordenanzas de cada comunidad autónoma, municipio o ciudad (Navarro, 2019). Dichos parámetros de cada ley afectan a la asistencia del público, la seguridad, la contratación, la venta de entradas o alimentos y la sostenibilidad.

Los festivales de música celebrados en el país son un fenómeno en auge que impulsa lo que se conoce como *economía naranja o economía creativa*⁹, que entiende que las industrias culturales y creativas son el eje de desarrollo, empleo y crecimiento. (Buceta, 2018)

Los datos del informe *El hit de los festivales de música en España* indican que el negocio de la música en España genera 5.000 millones de euros y más del 50% procede de la música en directo. Se celebran 850 festivales de música al año en España, de los cuales los 10 más grandes producen un impacto económico que asciende a 400 millones de euros y cuentan con 1,6 millones de asistentes, generando importantes repercusiones económicas y turísticas, principalmente.

⁹ Este concepto hace referencia al conjunto de actividades que de forma encadenada permiten la transformación de las ideas en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad.

<https://www.marketingyfinanzas.net/2015/08/que-es-economia-naranja/> (10/6/2019)

El último congreso anual de festivales *BIME*, celebrado en Bilbao en octubre de 2018 y al que acudieron representantes de 170 de ellos, tuvo como tema central el término “turismo musical”, un fenómeno relacionado con el crecimiento que han experimentado los festivales en los últimos años y que afecta a de manera directa a las ciudades tanto a nivel económico como social.¹⁰

Otra de las repercusiones se ve reflejada en el empleo, ya que se llegan a generar 130 puestos de trabajo de manera directa y 230 de forma indirecta por festival, llegando a alcanzar un volumen total de empleos de 300.000. El 80% de los trabajos tienen su origen en el entorno del festival, suponiendo así un impulso al desarrollo local.¹¹

¹⁰ <https://www.bime.net/pro/es/los-festivales-del-estado-se-reunen-para-hablar-de-turismo-musical/>
(22/04/19)

¹¹ https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/05/23/fortunas/1527100818_086164.html(22/04/19)

6. Justificación del método. Estudio de caso: Arenal Sound Festival

6.1 Justificación del método de estudio

Tras un breve recorrido por los festivales más conocidos de España, se lleva a cabo el análisis de uno de ellos, el *Arenal Sound*. A continuación se realiza una explicación con el fin de justificar el método elegido.

El método seleccionado para la investigación es el estudio de caso como herramienta que permite conocer y comprender las particularidades del caso elegido.

Para ver cómo se lleva a la práctica lo expuesto con anterioridad en este trabajo, se realiza un estudio de caso, basado en las diferentes etapas y factores que determinan el funcionamiento de un festival de música, que sirve, en este caso, para completar la explicación sobre la organización de *Arenal Sound* como evento.

El método utilizado consiste en el análisis e investigación de determinados aspectos que caracterizan el caso elegido para la elaboración del estudio, el cual trata de explicar las particularidades de este festival tomando como base el marco general de este tipo de eventos.

El primer punto a desarrollar son los objetivos del festival, las razones que impulsan su realización. Después se expone la situación del festival, concretamente la localización y las fechas elegidas para su desarrollo, que tienen conexión con los objetivos el evento.

Posteriormente se lleva a cabo el análisis de la organización del evento, considerando: la comunicación, los patrocinios y colaboraciones, las contrataciones, las entradas, el transporte y el alojamiento, como elementos fundamentales que llevan a cabo los organizadores y promotores del festival.

Finalmente, se realiza una investigación sobre el impacto económico, social y turístico que genera.

6.2 Objetivos del festival

Conocer los propósitos del evento permite una mejor comprensión y contextualización del festival, por lo que el siguiente párrafo tiene como finalidad exponer sus objetivos.

La empresa organizadora, I Music Festival, es la que decide en el año 2010 poner en marcha *Arenal Sound*, en la localidad de Burriana (Castellón). El objetivo es ofrecer durante varios días música en vivo, en un entorno de playa y sol a precios competitivos. Los precios son de 35 euros que incluyen cerca de una semana de conciertos y alojamiento en su camping. El target principal al que se dirige es un público joven y de procedencia nacional, que busca disfrutar de unas vacaciones con música y playa a un precio que se puede permitir. (Ortega, 2013)

6.3 Situación geográfica y temporal

La localización del evento y las fechas en las que se lleva a cabo son dos factores que influyen en el éxito del festival, puesto que se trata de una ubicación próxima al mar y su celebración tiene lugar en la temporada de verano, constituyendo uno de sus mayores atractivos.

6.3.1 Ubicación y temporalidad

El festival *Arenal Sound* tiene lugar cada año desde 2010 en la localidad de Burriana, al sur de la provincia de Castellón, perteneciente a la Comunidad Valenciana.

Imagen 1. Localización Burriana (Castellón)



Fuente: Google maps

Dicha localidad, situada a orillas de Mediterráneo, en 2018 contaba con una población de 35.544 habitantes, según datos del INE (2019). Es capital de la comarca de la Plana Baixa.

Su territorio consta del pueblo, donde se sitúa su centro histórico, y la zona de la costa que se divide en tres playas: El Arenal, El Grao y la Malvarrosa.

El evento se celebra en las inmediaciones de la playa de El Arenal, de donde proviene el nombre del festival. Las instalaciones se asientan en 400.000 metros cuadrados de terreno, donde se establecen los dos campings y las zonas de sombra y descanso. El camping de Malvarrosa se extiende en una superficie de 24.000 metros cuadrados y el camping Arenal dispone de 15.000 metros cuadrados de superficie. (Ronda, 2018)

Debido a su situación frente al mar, es un destino vacacional. Tiene un clima mediterráneo templado, que alcanza altas temperaturas en el periodo estival. La actividad comercial que se desarrolla en la zona de la playa son principalmente restauración y hostelería.

La elección de esta ciudad por parte de sus creadores, los hermanos David y Toño Sánchez, viene dada por considerar que reúne las cualidades de una ciudad costera que no posee una elevada afluencia de visitantes, cuyo turismo estival se basa en la fiesta nocturna, y que cuenta con largos kilómetros de costa y con solares vacíos en la zona del paseo marítimo, por lo que tanto el recinto como el camping se situarían muy próximos al mar. (Torres, 2018)

Cabe destacar que la Comunidad Valenciana es en un territorio que acoge, además de este, varios festivales de gran relevancia dentro del panorama nacional como: el *Low Festival* de Benidorm (Alicante), el *Medusa Sunbeach* en Cullera (Valencia) y el *Rototom Sunsplash* y el *FIB*, ambos celebrados en Benicàssim (Castellón).¹²

Las fechas en las que se lleva a cabo el festival, varían cada año, pero están comprendidas entre los últimos días de julio y los primeros de agosto y su duración es de seis días.

¹²[https://www.hellovalencia.es/festivales-comunidad-valenciana/\(26/04/19\)](https://www.hellovalencia.es/festivales-comunidad-valenciana/(26/04/19))

Esta temporalidad se encuentra enmarcada dentro de la estacionalidad de los festivales de música en España que tiene los mayores porcentajes durante la época estival.¹³

6.4 Organización del evento

Para poder desarrollar un festival de esta magnitud, los organizadores y los promotores han de realizar, organizar y controlar un gran número de tareas y tener en consideración los aspectos fundamentales que permitan que su puesta en marcha sea un éxito.

6.4.1 Comunicación

La comunicación del evento adquiere importancia en el momento de dar a conocerlo, de adquirir notoriedad o de mantener informados a los asistentes.

Los principales canales que el festival utiliza para su comunicación son las redes sociales y los medios de comunicación online. Los asistentes tienen, principalmente, edades comprendidas entre los 18 y los 25 años, y constituyen un tipo de público que hace un uso habitual de estos canales. La base de la estrategia que lleva a cabo el festival reside en escuchar e interactuar con los asistentes. (Torres, 2018)

Tras la realización de un análisis centrado en la observación del uso que el festival hace de sus redes, se obtienen los siguientes resultados:

El festival *Arenal Sound* utiliza sus cuentas en las redes *Facebook*, *Instagram* y *Twitter* como plataforma para mantener informados a sus seguidores a cerca de las noticias que conciernen al festival como sorteos, información sobre entradas o los artistas que conforman el cartel. Además hace uso de estos medios para realizar su campaña *Arenal Sound Dream*, un sorteo en el que entran automáticamente aquellos que compran abonos entre las doce del medio día y las doce de la noche, referido al día en el que se ponen las entradas a la venta. La forma en la que comunica dicho sorteo es a través del hashtag *#ArenalSoundDream* en sus redes sociales y a través de la web, en la que se especifica en qué consiste y las bases del mismo.

El siguiente cuadro muestra el número de seguidores que posee en cada una de sus redes sociales, que permite visualizar el alcance aproximado de los mensajes que publica en ellas:

¹³<http://ohholylfestivals.com/archivo.pdf>

Gráfico 1. Análisis de redes sociales

Red Social	Número de seguidores
Instagram	159.000
Twitter	459.395
Facebook	119.000

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de *Instagram, Twitter* y *Facebook*

El evento dispone de canal propio en las plataformas *Youtbey Spotify*, las cuales utiliza para mostrar sus vídeos promocionales y para crear listas de reproducción con las canciones de los artistas que actúan en el evento.

El festival también utiliza como canal de promoción la figura de los *influencers*.¹⁴, los cuales, invitados por *Arenal Sound*, han de mostrar en sus redes sociales contenido, ya sean fotos o vídeos, en las que aparezcan disfrutando del festival, con la finalidad de atraer a nuevo público.(Torres,2018)

Otro modo que tiene el evento de adquirir notoriedad es a través de las noticias que publican los medios online tales como periódicos, revistas y blogs. La relevancia mediática del festival hace que estos medios incluyan entre sus páginas noticias que hacen referencia al mismo, sin necesidad de que tenga que hacer otro tipo de campaña publicidad.

6.4.2 Patrocinios y colaboraciones

Una parte de los recursos económicos con los que se financia *Arenal Sound* provienen de las aportaciones que percibe por parte de instituciones y de los contratos de patrocinio con diferentes marcas. El festival, en su página web, establece una diferenciación: por un lado, empresas colaboradoras que contribuyen principalmente a nivel económico, y por otro lado, marcas patrocinadoras que realizan un tributo económico con el fin de obtener publicidad en el evento.

La Diputación de Castellón indica en su página web que respalda al *Arenal Sound* como plataforma de difusión turística y en el año 2018 le concedió 165.000 euros, siendo el festival que recibió la mayor aportación de la inversión provincial de esa

¹⁴Se trata de personas que poseen cierta credibilidad acerca de un tema concreto y que por su presencia en redes sociales se pueden llegar a convertir en prescriptores para una marca <https://www.40defiebre.com/que-es/influencer> (16/05/19)

campaña, debido a que es el que mayor número de asistentes acredita. Se incluye como colaborador junto con Ayuntamiento de Burriana, Mediterranean Music y la Consejería de Turismo de la Comunidad Valenciana.

Los patrocinadores pagan por el espacio de ocupación, el valor del suelo sobre el que asientan sus stands se encuentra en cifras comprendidas entre los 10.000 y los 20.000 euros, lo que viene determinado por la participación de cada marca en el festival, su relación con la organización y el volumen que ocupa. (Torres, 2018)

Según datos del *Observatorio de patrocinios de marcas en festivales* (2018), el 50% de los acuerdos de patrocinio se sitúa en la categoría de cervezas, bebidas refrescantes, banca y automoción. Son 15 las marcas que acaparan el 33% de los acuerdos, entre las que se encuentran *Coca Cola, Redbull, Negrita* y *Tuenti...* entre otras.

El 74 % de los asistentes al festival recuerda la presencia de las marcas. El éxito del patrocinio en el evento se asienta sobre cuatro pilares básicos, según el estudio *Oh, holy festivals!* de 2018.

Integración: la presencia de las marcas es un complemento de la oferta del festival y forma parte de la esencia del mismo e impulsa su crecimiento.

Experiencias: Las acciones de los patrocinadores forman parte de la oferta de diversión y ocio, generando una experiencia integral más allá de las actuaciones musicales

Identificación: selección de los patrocinios que se identifiquen con el target y el espíritu del festival.

Utilidad: los patrocinios que añaden utilidad real a los asistentes son muy valorados por éstos.

Los patrocinios que las marcas llevan a cabo con el festival se realizan de diferentes maneras, pero todas ellas tienen como finalidad tener visibilidad en el evento:

La marca de bebida energética *Red Bull* lleva a cabo un *partnership*¹⁵ con *ArenalSound* mediante la realización de una fiesta paralela al festival, en la que se produce beneficio

¹⁵ Partnership o asociación es una forma de negocio en la que dos o más personas son dueñas de una propiedad, de la responsabilidad de manejar la compañía y los ingresos o pérdidas que el negocio genera. <https://es.shopify.com/enciclopedia/asociacion-partnership> (10/6/2019)

para ambas partes. Por un lado, *Arenal* proporciona una oferta complementaria más amplia y alarga la vida más allá de los días en los que se celebra. Por otro lado, *Redbull* logra notoriedad de marca, asociación con momentos y actividades de ocio e incremento de las ventas.¹⁶

La compañía de servicios de telecomunicaciones *Tuenti* lleva a cabo la creación de *Tuents*, moneda oficial del festival que permite comprar en las barras de las zonas de descanso y del recinto de conciertos.(*Arenal Sound*, 2019)

El resto de marcas se patrocinan de diversos modos: las marcas de aperitivos y de ropa, *Pringles* y *Undërwood*, cuentan cada una con su propio stand en el recinto del festival, la organización elabora packs en los que incluye las bebidas *Desperados*, *Negríta*, *Coca Cola* y *Red Bull*, uno de los campings recibe el nombre de *Idealista*, plataforma para encontrar vivienda y la marca *Coolway* realiza campañas en redes para el festival.

6.4.3 Contrataciones

A nivel general, durante la fase de planificación de un festival de música se realizan las contrataciones musicales y la formación de los equipos de trabajo, y en la etapa de programación se tienen en cuenta el presupuesto y las fechas disponibles y las condiciones de contratación de los artistas. Pero cada evento es diferente y sus organizadores deciden ejecutarlo en base a criterios propios.

El caso de *Arenal Sound*, supone un fenómeno que, para la edición que tendrá lugar en 2019 ha conseguido agotar los abonos antes de dar a conocer de los artistas que acudirán (Pitarch, 2018). Resulta destacable la puesta a disposición del público de los abonos sin tener cerradas las contrataciones de los artistas que van a acudir. Estas contrataciones forman parte de un proceso que los encargados realizan de manera progresiva. En el mes de diciembre, ocho meses antes de la celebración del festival, dieron por primera vez algunos de los nombres de los artistas que acudirán y a medida que consiguen más contrataciones, lo hacen público. Los organizadores han de ser capaces de coordinar los conciertos y artistas, teniendo en consideración que se celebran una media de doce conciertos aproximadamente cada uno de los seis días que dura el festival, como indica el horario publicado en la página oficial del *Arenal Sound*.

¹⁶<http://ohholyfestivals.com/archivo.pdf>

Por otro lado, la organización del evento se encarga de la contratación de personal que realice las diversas tareas que implica que se pueda llevar a cabo. Para ello se sigue un planning con distintas fases y en cada una se realizan unas tareas que implican a un personal determinado.

Para entender el planning nos basaremos en el año 2018, la última edición, apoyado en datos e información que nos facilita Ronda en el periódico *El Mundo*:

A mediados de junio, los organizadores comienzan con la limpieza de la superficie donde se asientan los dos campings y el recinto de conciertos, lo que se realiza con unos 100 empleados.

Posteriormente se empieza con la colocación de zonas de sombra y de descanso en el terreno donde se ubican los campings, completando así la base de la estructura del festival.

Los últimos 15 días de julio el objetivo es que quede listo el cableado eléctrico del evento, el vallado perimetral del recinto y de las zonas de descanso. Además, se realiza la colocación de las casetas y baños portátiles, las tarimas de la piscina y el recinto VIP. En esta fase el personal asciende a 300 trabajadores.

En las dos últimas semanas los trabajos se intensifican para completar las tareas que quedan pendientes antes del comienzo del festival. Se lleva a cabo el montaje de carpas y barras, se produce la recepción de bebidas y productos de los patrocinadores, se levantan stands y las estructuras de los hosteleros. En los últimos días se ultima el montaje de lonas y la instalación de los sistemas iluminación y sonido. En esta fase se alcanzan los 3000 empleados que trabajan de forma directa e indirecta.

6.4.4 Entradas, transporte y alojamiento

Los organizadores y promotores poseen entre sus funciones el control de elementos importantes que permiten el desarrollo del evento. Las entradas resultan fundamentales tanto para los asistentes, puesto que sin ellas no tienen acceso, como para la empresa organizadora, ya que suponen una fuente de ingresos.

El festival pone a disposición del público diversos tipos de entradas que incluyen diferentes servicios. Los asistentes pueden elegir entre abonos generales o abonos VIP,

y entradas de día. También se ponen a la venta otro tipo de entradas que permiten adquirir el *Kit Ahorro* (bebidas), el uso de las consignas, realizar viajes en los autobuses y acceder a las zonas de descanso.

Cada tipología de entrada se pone a la venta en fechas y horas diferentes. Para la edición de 2019, los abonos salieron a la venta 10 meses antes de la celebración del festival¹⁷. El resto de entradas se pusieron a la venta en el mes de marzo del mismo año:

- *Zonas de Descanso Arenal y Malvarrosa*: Domingo 10 de marzo a las 12h
- *Glamping*: Domingo 10 de marzo a las 18h
- *Sounder Bus*: Domingo 10 de marzo a las 18h
- *Kit Ahorro*: Domingo 10 de marzo a las 18h
- *Entradas de día*: Miércoles 13 de marzo a las 12h¹⁸

Respecto a los precios el del abono se encuentra entre los 38,50 y los 120 euros, y en el caso del VIP alcanza los 160 euros. La página oficial de *Arenal Sound* ofrece las entradas de día por un precio de 50 euros, el camping Malvarrosa por 45 euros, el *Glamping* por 70 euros, el *Kit Ahorro* por 8 euros y el *Sounder Bus* por 15 euros, todo ello más tarifa de servicio.

Los promotores establecen una serie de normas en cuanto a las entradas y llevan un control exhaustivo para garantizar su cumplimiento:

La adquisición de entradas solo puede realizarse a través de los canales de venta que hayan sido autorizados por la Promotora, la cual no se hace responsable de las que se hayan comprado por otras vías. Cuando se realice la compra, el propietario de la misma ha de indicar su nombre y apellidos, puesto que son nominales. La organización valida electrónicamente las entradas y aquellas que estén enmendadas, rotas o tengan indicios de ser falsificadas llevan consigo la prohibición del acceso a su portador. Del mismo modo, se puede requerir el D.N.I o el pasaporte para verificar que la identidad que aparece en la entrada se corresponde con la de quien la porta.

La entrada concede el acceso al recinto musical y el abono, por su parte, a la zona de descanso, con limitación de horario. No puede ser devuelta, ni cambiada, excepto en

¹⁷https://elpais.com/cultura/2018/10/22/actualidad/1540217338_554323.html(30/04/19)

¹⁸<https://es-es.facebook.com/arenalesound/>(30/04/19)

caso de cancelación total del evento o modificación de la fecha. La Promotora puede modificar, alterar o suspender cualquiera de las actuaciones o actividades que se habían propuesto en el cartel y hace la devolución íntegra del importe si la cancelación es total, excepto los costes de distribución que corresponden a los canales mediante los que se ha realizado la venta. Si la cancelación se realiza una vez iniciado el evento, no se devolverá el importe de las entradas.

La Promotora canjea en las taquillas la entrada al propietario y le proporciona una pulsera, que es el único elemento válido para que su dueño pueda acceder al recinto musical, a la zona de descanso y al parking. La pulsera ha de estar bien cerrada y en perfecto estado desde el momento de su colocación hasta el fin del evento, ya que no puede ser sustituida ni cambiada por otra, excepto en el caso de que haya sido excesivamente ajustada por parte del asistente, pero el cambio supone un desembolso de 25 euros. (Arenal Sound, 2019)

Existe una política de menores, que exige a los asistentes que tengan 16 o 17 años, que además del acreditamiento mediante su DNI, presenten una autorización de su padre/madre/tutor, así como una fotocopia del DNI de los mismos. En caso de ser menor de 16, además de dicha documentación, han de ir acompañados de su padre/madre/tutor en todo momento dentro del recinto. Los menores de 9 años tienen acceso gratuito al evento, cumpliendo con las indicaciones citadas previamente.

La empresa organizadora se encarga de proporcionar medio de transporte y facilita a los asistentes autobuses que posibilitan el desplazamiento desde diferentes puntos y localizaciones, tanto a nivel local como nacional, de los que se pueden beneficiar mediante la compra de los billetes correspondientes.

Por un lado, pueden adquirir un bono que permite a su propietario viajar las veces que necesite cualquiera de las rutas que se habilitan para el festival y el resto de las líneas de la empresa de autobuses *Hicid*.

Por otro lado, la organización proporciona autobuses oficiales con salida desde las principales ciudades de todas las Comunidades Autónomas de la Península, que llegan hasta la zona de descanso del festival y viceversa.

Otro de los aspectos que el festival proporciona a los asistentes que lo deseen es el alojamiento. Recibe la denominación de zonas de descanso y existen tres tipos:

- La *Zona de Descanso Arenal*: situada junto al recinto de conciertos, dispone de todas las instalaciones y servicios necesarios tales como baños, duchas, limpieza, seguridad 24 horas, consignas, stands de bebida y comida, zona de sombras, recarga de móviles y puntos limpios.

- La *Zona de Descanso Malvarrosa*: la cual se sitúa a 15 minutos del recinto donde se realizan los conciertos y cuenta con los mismos servicios e instalaciones que la otra zona de descanso.

-*Glamping Idealista*: se trata de una zona que está acotada con tiendas de campaña ya montadas y cuenta con seguridad propia. Se encuentra dentro de las zonas de descanso mencionadas anteriormente. (Arenal Sound, 2019)

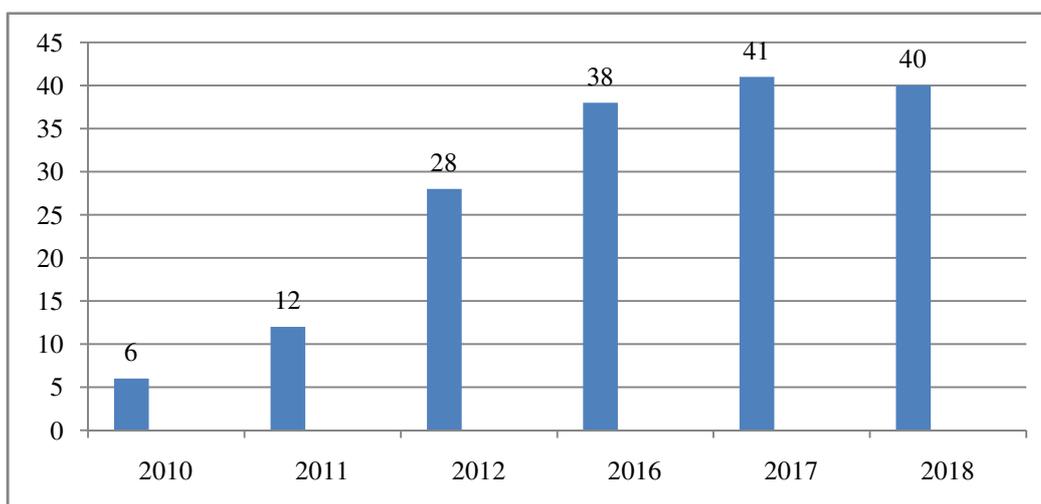
7. Impacto económico y repercusiones a nivel turístico y social

La realización del festival ocasiona un impacto en varios aspectos: produce un gran beneficio económico, atrae turismo, genera puestos de trabajo y consecuencias derivadas de la realización de un evento de estas características.

En primer lugar, su realización supone un gran impacto para la economía de la provincia. La edición que tuvo lugar en 2018, dejó un impacto que superó los 40 millones de euros en la localidad de Burriana y en municipios cercanos.¹⁹

Se aprecia una evolución en cuanto al impacto generado en las primeras ediciones y en las celebradas recientemente:

Gráfico 2. Evolución del impacto económico



Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos de *El País*, *El Mundo*, *El periòdic*, *DEFESTIVALES*

El gráfico muestra el crecimiento del impacto económico, en millones de euros, generado por el festival, desde las tres primeras ediciones hasta las tres últimas.

Pese a contar con estas cifras de impacto económico, cabe mencionar que en otras ediciones ha generado pérdidas para el municipio. La edición de 2017 finalizó con un resultado negativo de 23.500 euros, la de 2014 con 61.000 euros y la de 2015 con 77.500, siendo éstos últimos los peores años. (Ronda, 2018).

Este evento es considerado como un emblema turístico para Castellón. Andrés Martínez, vicepresidente y diputado de Turismo afirma que este festival se consolida

¹⁹https://elpais.com/caa/2018/08/06/valencia/1533572717_341256.html(2/05/19)

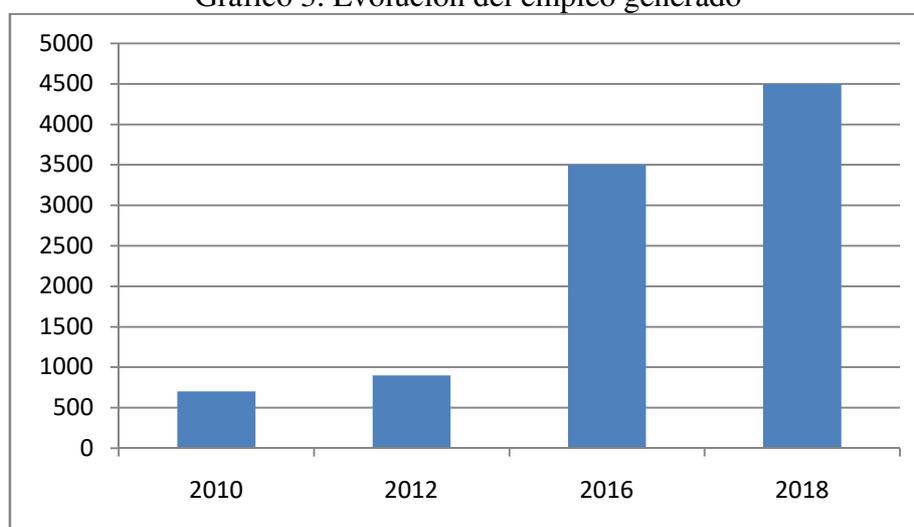
como "gran puerta de entrada para miles de nuevos turistas para la provincia" y como una herramienta para fidelizar a los asistentes como futuros turistas. El tipo de turista que atrae el evento se corresponde, principalmente, con un perfil joven de procedencia nacional.²⁰

La Diputación de Castellón lleva a los grandes festivales de la provincia, entre ellos *Arenal Sound*, a 25 ferias de carácter nacional e internacional, como plataforma para dar a conocer la provincia. El objetivo es la fidelización de los turistas que conocen por primera vez la provincia mediante un festival.²¹

Otro de los ámbitos sobre los que tiene impacto el festival es en la economía local, la realización de este evento impulsa las contrataciones en el sector de la hostelería, el de las pernoctaciones y en supermercados, principalmente.

En la edición celebrada en 2018 se generaron más de 4.500 puestos de trabajo, tanto directos como indirectos.²² Este ámbito también ha sufrido una evolución a lo largo de su historia: en 2010 generó 700 empleos, en 2012 900 empleos y en 2016 3.500 puestos, según datos de *El Mundo* (2010), *El periòdic* (2012) y *DEFESTIVALES* (2016).

Gráfico 3. Evolución del empleo generado



Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos de *El País*, *El Mundo*, *El periòdic*, *DEFESTIVALES*

²⁰<https://www.lavanguardia.com/politica/20180805/451233637198/arenal-sound-se-consolida-como-emblema-turistico-de-festivales-de-castellon.html>(2/05/19)

²¹<https://www.valenciaworld.com/noticias/la-diputacion-de-castellon-lleva-el-arenal-sound-a-25-ferias-nacionales-e-internacionales-.html>(2/05/19)

²²https://elpais.com/caa/2018/08/06/valencia/1533572717_341256.html(2/05/19)

A nivel social, este festival es un fenómeno de masas. Para la edición de 2019, los abonos se agotaron sin que los asistentes supieran qué artistas acudirán. Es uno de los festivales más multitudinarios, llegando a alcanzar los 300.000 asistentes.

La celebración de esta tipología de eventos tiene unas consecuencias que inciden en la sociedad, concretamente en el entorno en el que se desarrolla. Algunos de los vecinos de la localidad de Burriana han manifestado quejas hacia el festival, llevándolas a los tribunales. Dichas quejas están basadas en el exceso de ruido que se genera, algo que les produce molestias. La justicia dio la razón a los vecinos y *Arenal Sound* ha tenido que tomar medidas, cambiando de ubicación algunos escenarios, lo que implica que los asistentes tengan que desplazarse más lejos para disfrutar de los conciertos.²³

En 2016, la Consejería de Vivienda, Obras públicas y Vertebración del Territorio denegó la autorización para que se celebrara el festival en su ubicación habitual. La causa es que la superficie que pretendía ocupar (50.992 metros cuadrados) superaba lo permitido por la Ley de Costas (40.000).²⁴

Otra de las consecuencias para la sociedad es la generación de residuos por parte de los asistentes al evento. Un ejemplo de ello son los datos de la edición 2018, en la que se recogieron 78 toneladas de basura, lo que conllevó un aumento dotaciones y recursos humanos destinados exclusivamente a esas labores.²⁵

²³<https://www.elboletin.com/contraportada/125351/arenal-sound-cambia-escenario-sentencia.html>(2/05/19)

²⁴<https://valenciaplaza.com/el-arenal-sound-sin-ubicacion-tras-un-doble-reves-de-la-generalitat-valenciana>(16/05/19)

²⁵<https://www.levante-emv.com/castello/2018/08/11/borriana-recoge-78-toneladas-basura/1755313.html>(2/05/19)

8. Resultados

En el punto tres del presente trabajo se exponen una serie de planteamientos, unos generales y otros más específicos, con la finalidad de orientar la investigación y una vez finalizada cabe exponer la relación establecida entre esos objetivos y los resultados obtenidos.

8.1 Objetivos de la parte general:

- Como punto de partida de la investigación y con la finalidad de enmarcar el tema central del trabajo se lleva a cabo una búsqueda con el propósito de encontrar la definición del término 'festival' y la historia de los festivales de música.

El concepto cuenta con una gran variedad de acepciones que provienen de diferentes autores. Todas ellas coinciden en que se trata de celebraciones o eventos festivos en los que concurren manifestaciones artísticas o culturales.

Son numerosas las tipologías de festivales que existen, siendo el tema principal del trabajo los de tipo musical, por lo que se trata de encontrar una definición que encaje dentro de esta categoría de evento. Determinados de autores establecen una serie de características que ha de cumplir para ser considerado un festival de música.

Dentro del proceso de contextualización, se toma como referencia la historia de los festivales musicales resaltando los que se consideran más representativos y que más características comparten con los que tienen lugar en la actualidad.

- Con el fin de acercar la investigación al caso de estudio, se exponen los festivales más importantes de España y se plantea el modo de llevar a cabo la organización y planificación de estos eventos.

Para enmarcar el estudio de caso, se exponen los festivales de España que son considerados como los más relevantes y que forman parte de su historia.

Uno de los pilares básicos de la investigación es la organización y planificación de eventos musicales. Los resultados obtenidos de la búsqueda sobre el método que se utiliza establecen un marco general que supone una posible opción para poner en funcionamiento este tipo de celebraciones.

- Comprender el panorama de los festivales en España, mediante la investigación de su situación actual y el modo a través del que se financian.

El desarrollo de un evento no puede llevarse a cabo si no se obtiene financiación, por ello se trata de conocer las fuentes mediante las cuales los festivales españoles obtienen los ingresos. Existen diferentes puntos de vista respecto de este tema, pero coinciden en que las principales vías son las instituciones, fuentes privadas y la venta de entradas.

Dentro del contexto de los festivales españoles, es relevante la situación en la que se encuentran en la actualidad, caracterizada por el desamparo jurídico al que se enfrentan, a pesar de que España sea uno de los países de la Unión Europea en los que más festivales se celebran al año.

8.2 Objetivos de la parte empírica:

- Conocer los elementos clave que definen el *Arenal Sound* como evento musical.

El análisis del caso de estudio permite determinar que *Arenal Sound* posee las características que definen un festival de música, entre las que se encuentran: la representación, al menos, de seis conciertos diferentes en directo, duración mínima de dos días o doce horas de música y no pertenece al programa de fiestas patronales del municipio donde tiene lugar.

- Realizar un estudio de caso de *Arenal Sound* mediante el análisis de diversos aspectos de su organización y repercusión.

La elaboración del caso de estudio ha permitido conocer:

Por un lado, los aspectos fundamentales que forman parte del proceso de organización y que constituyen la base de su desarrollo, a través del análisis de: la comunicación que lleva a cabo para dar a conocer el evento y transmitir información a los asistentes; los patrocinios y colaboraciones como una importante fuente de financiación; las contrataciones tanto de los artistas como de los empleados, siendo elementos fundamentales para poder realizar el evento; y las entradas, el transporte y el alojamiento, como parte de las responsabilidades de sus organizadores y promotores .

Por otro lado, el impacto económico que genera, es de los más elevados de entre los festivales más importantes del país, por lo que adquiere notoriedad en diversos medios de comunicación.

La gran importancia mediática del festival también muestra sus aspectos negativos, y las consecuencias sociales derivadas de realizar el festival también tienen trascendencia.

La repercusión turística del evento es de tal magnitud para la provincia en la que se celebra que es considerado como uno de sus emblemas turísticos.

9. Conclusiones

España se está posicionando como un referente en el mundo de los festivales. Son numerosos los eventos de este tipo que se celebran en el país y que se extienden prácticamente por todo el territorio. Algunos de ellos destacan por su elevada afluencia y el gran impacto económico que llegan a generar. La investigación llevada a cabo para la elaboración de este trabajo permite determinar que la clave del éxito de algunos de estos festivales viene dada por la combinación de una serie de factores, entre los que se encuentran la ubicación y la fecha de celebración.

En el país se celebran eventos con estas características desde los años 50 y existen referentes tanto a nivel nacional como internacional, por lo que resulta destacable que no dispongan de normativa jurídica concreta que responda a sus particularidades y necesidades, pese a la elevada oferta de festivales que existe.

La Comunidad Valenciana alberga gran parte de los festivales más reconocidos de España, que destacan por ofrecer una experiencia musical en un entorno de mar y con buenas condiciones climatológicas. Uno de los más representativos es *Arenal Sound*, que ha llegado a ser el más multitudinario del país. La evolución y el crecimiento que ha experimentado desde sus inicios le ha permitido lograr el éxito y el reconocimiento que mantiene hasta la actualidad. La combinación de su ubicación frente al Mediterráneo, precios asequibles y la oferta musical son los puntos clave que atraen a miles de asistentes que cada año acuden para disfrutar de varios días de música en un ambiente de sol y playa.

Detrás de estos eventos, de los que sólo es visible una parte, hay un equipo humano cuya responsabilidad es gestionar y coordinar todos los elementos necesarios para que puedan llevarse a cabo. Conocer estas tareas permite cambiar la percepción que predomina sobre los festivales, basada principalmente en la experiencia de vivir varios días de conciertos con amigos, hacia una visión más amplia en la que se tiene en consideración el trabajo que requiere organizar un festival.

Otro de los resultados de la investigación son los efectos derivados del desarrollo del festival, que inciden en el entorno en el que tiene lugar y en su sociedad. En el caso de los más exitosos, el impacto económico es uno de los aspectos destacables junto la generación de puestos de trabajo y el crecimiento del turismo. Pero, además, se

producen una serie de variaciones y alteraciones en el entorno más próximo con repercusiones negativas como la afluencia masiva de gente y el exceso de ruido y de residuos provenientes de los asistentes.

El estudio del caso de *Arenal Sound* ha permitido ejemplificar todo lo expuesto con anterioridad y adquirir un conocimiento más profundo del festival, mediante el análisis, tanto de los elementos que comparte con otros eventos de la misma tipología, como de las particularidades que permiten diferenciarlo; suponiendo una parte importante para una asimilación y comprensión más completa de la investigación en la que se ha basado el trabajo.

10. Fuentes documentales

Arenal Sound (2019). *Arenal Sound*. Consultado 30/04/19. Recuperado de: <http://www.arenasound.com/>

Arenal Sound 2012 genera un impacto económico de 28 millones de euros. (17 de octubre 2012). Consultado 2/05/19. Recuperado de: https://www.elperiodic.com/burriana/arenal-sound-2012-genera-impacto-economico-millones-euros_199365/amp

Arenal Sound recibe 300.000 asistentes en su 7º edición. (14 de agosto 2016). Consultado 2/05/19. Recuperado de <https://www.defestivales.com/arenal-sound-recibe-300-000-asistentes-en-su-7o-edicion/>

Arenal Sound se consolida como emblema turístico de festivales de Castellón. (5 de agosto 2018). Consultado 2/05/19. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/politica/20180805/451233637198/arenal-sound-se-consolida-como-emblema-turistico-de-festivales-de-castellon.html>

Benavent, V. (20 de enero 2016). *Woodstock, el festival que lo cambio todo*. Consultado 9/06/19. Recuperado de: <https://www.harpersbazaar.com/es/cultura/ocio/a224357/woodstock-festival-musica-hippy/>

Bonet, L. (2011). *Tipologías y modelos de gestión de festivales*. Bonet, L.; Schargorodsky, H. [eds.] *La gestión de festivales escénicos. Conceptos, miradas, debates*. En Barcelona. Gescènica, 41-87.

Borriana recoge 78 toneladas de basura durante el festival Arenal Sound. (10 de agosto 2018). Consultado 2/05/19. Recuperado de: <https://www.levante-emv.com/castello/2018/08/11/borriana-recoge-78-toneladas-basura/1755313.html>

Buceta, N. (2018) *El Hit de los Festivales de Música en España*. Informe Universitat de Barcelona.

Campos, G. (2008) *Producción de eventos: la puesta en escena del protocolo*. Madrid. Ediciones Protocolo

Carreño Morales, F. (2014). *La gestión de festivales en tiempos de crisis: análisis de las estrategias financieras y laborales e impacto de la recesión económica* (Tesis doctoral). Universitat de Barcelona, Barcelona.

Cómo organizar un festival de música. (7 de junio 2018). Consultado 28/03/19. Recuperado de: <https://www.eventbrite.es/blog/como-organizar-festival-musica-ds00/>

Delgado, A. (06 de mayo 2019) *Ya suena la música: llegan los festivales de verano, y con ellos toda su historia*. Consultado 9/06/19. Recuperado de: <https://www.menzig.es/a/festivales-historia-mas-importantes/>

Devesa Fernández.M, Herrero Prieto,L. y Sanz Lara, J.(2009) Análisis económico de la demanda de un festival cultural, *Estudios de economía aplicada*, 27(1), 139-160.

Doctor Music Festival, gloria y declive del padre de los festivales en España (22 de abril 2015). Consultado 9/06/19. Recuperado de: <https://festivalxdentro.com/articulos/doctor-music-festival-gloria-declive-padre-festivales-espana/>

El Arenal Sound cambia de escenario por orden judicial.(11 de noviembre 2015). Consultado 2/05/19. Recuperado de: <https://www.elboletin.com/contraportada/125351/arenal-sound-cambia-escenario-sentencia.html>

El Arenal Sound tiene un impacto de seis millones de euros con 105.000 de espectadores (3 de agosto 2010). Consultado 2/05/19. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/elmundo/2010/08/03/castellon/1280849621.html>

El Portal de la Música en Vivo. (2016). *Origen festivales*. Consultado 16/03/19. Recuperado de: <http://www.apmusicales.com/?s=origen+festivales>

Fouce, Héctor (2009): Un largo verano de festivales. Categorías de experiencia y culturas productivas en la industria musical española, *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 410- 415.

Getz,D. (1991) *Festivals, Special Events and Tourism*. New York. Van Nostrand Reinhold.

Goldblatt, J. (1997) *Special Events. Best practises in Modern Event Management*, New York: John Wiley and Sons

Gómez, A. (2015). *Gestión, organización y producción de eventos culturales* (Tesis doctoral). Universidad Camilo José Cela, Madrid.

Higueruela, G. (6 de septiembre 2017). *12 momentos que marcaron los festivales de música*. Consultado 14/03/19. Recuperado de: <https://www.esquire.com/es/actualidad/musica/a10395526/12-momentos-que-marcaron-los-festivales-de-musica/>

Instituto Nacional de Estadística (2019). *Cifras oficiales de población*. Consulta 26/04/19. Recuperado de: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2865>

La Diputación de Castellón lleva al Arenal Sound a 25 ferias nacionales e internacionales. (4 de agosto 2018). Consultado 2/05/19. Recuperado de:

<https://www.valenciaworld.com/noticias/la-diputacion-de-castellon-lleva-el-arenal-sound-a-25-ferias-nacionales-e-internacionales-.html>

La Diputación patrocina con 165.000 euros el Arenal Sound con #CSTierradeFestivales. (2 de agosto 2018). Consultado 27/04/19. Recuperado de: <https://www.dipcas.es/es/actualidad/la-diputacion-patrocina-con-165-000-euros-el-arenal-sound-con-cstierradefestivales>

La historia de Viña rock: desde 1996 a 2019 (28 de abril 2019) Consultado 10/06/19. Recuperado de <https://www.todorock.com/festivales/la-historia-del-vina-rock-desde-1996-hasta-2019/>

Los festivales del estado se reúnen para hablar de turismo musical (26 de septiembre 2018) .Consulta 22/04/19. Recuperado de: <https://www.bime.net/pro/es/los-festivales-del-estado-se-reunen-para-hablar-de-turismo-musical/>

Los Festivales de moda están en la Comunidad Valenciana. (23 de abril 2019). Consultado 26/04/19. Recuperado de: <https://www.hellovalencia.es/festivales-comunidad-valenciana/>

Martín Casado, T.G. (2018). "Apuntes de Protocolo y Organización de eventos". Inédito.

Martín Casado, T.G. (2018) Estrategias creativas de la comunicación del siglo XXI. La "buena" creatividad adaptada a los nuevos medios en *Creative Industries Global Conference en Tur-Viñes*, Victoria; García-Medina, Irene; Hidalgo-Marí, Tatiana (coords.). (pp. 197-2018). (Colección Mundo Digital de Revista Mediterránea de Comunicación; 12). Recuperado de: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/73329>

Marketing y finanzas (24 de agosto 2015). *¿Qué es la economía naranja?* Consultado 10/06/19. Recuperado de <https://www.marketingyfinanzas.net/2015/08/que-es-economia-naranja/>

Moral, S. (23 de julio 2018). *Monterrey Pop: El primer gran festival de todos los tiempos.* Consultado 9/06/19. Recuperado de: https://los40.com/los40/2018/07/05/musica/1530806462_429879.html

Muñoz, A. (24 de mayo 2018). *Los 300.000 empleos que generan los festivales de música.* Consultado 26/12/18. Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/05/23/fortunas/1527100818_086164.html

Navarro, F. (29 de marzo 2019). *En el país de los festivales sin ley.* Consultado 22/04/19. Recuperado de: https://elpais.com/cultura/2019/03/29/actualidad/1553883632_856287.html

Oh, Holy Festivals! (2018). *Observatorio de patrocinios de marcas en festivales.* Consultado 16/03/19. Recuperado de: <http://ohholymfestivals.com/archivo.pdf>

Ortega, L. (22 de junio 2012). *El Arenal Sound prevé superar los 42.000 visitantes de la anterior edición.* Consultado 2/05/19. Recuperado de: https://elpais.com/ccaa/2012/06/22/valencia/1340387566_522624.html

Ortega, L (3 de agosto 2013) *Burriana: rock para las masas en bikini.* Consultado 15/05/19. Recuperado de: https://elpais.com/cultura/2013/08/02/actualidad/1375465893_330403.html

Pitarch, M (6 de agosto 2018) *El Arenal Sound concluye tras congregarse a 300.000 jóvenes.* Consultado 26/12/18. Recuperado de: https://elpais.com/ccaa/2018/08/06/valencia/1533572717_341256.html

Platero, L. *Impactos turístico- económicos y socio- culturales de los festivales musicales en la Comunidad Valenciana* (Tesis doctoral). Universidad de Alicante, Alicante.

Primavera Sound (2019). *Primavera Sound*. Consultado 10/06/19. Recuperado de: <https://www.primaverasound.com/about>

Ronda, M. (9 de julio 2018). *Un mes para el Arenal Sound: entre hierro y arena.* Consultado 26/04/19. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/castellon/2018/07/09/5b433a5022601de03a8b45d9.html>

Siskind, B. (2007) *Marketing de eventos : estrategias clave para ferias comerciales, presentaciones, conferencias y otros eventos.* Barcelona. Deusto S.A. Ediciones

Shopify (s.f) *Asociación (Partnership)*. Consultado 10/06/19. Recuperado de <https://es.shopify.com/enciclopedia/asociacion-partnership>

Real Academia Española. (2019). *Diccionario de la lengua española*. Consulta 14/03/19. Recuperado de: <http://www.rae.es/>

Torres, B. (2018). *Arenal Sound, la ciudad de seis días.* (Trabajo de Fin de Máster). Universidad Politécnica de Madrid.

Viñas, E. (10 de febrero 2016) *El Arenal Sound , sin ubicación tras un doble revés de la Generalitat Valenciana.* Consultado 16/05/19. Recuperado de: <https://valenciaplaza.com/el-arenal-sound-sin-ubicacion-tras-un-doble-reves-de-la-generalitat-valenciana>

40 de fiebre (s.f) *¿Qué es un influencer?* Consultado 16/05/19. Recuperado de: <https://www.40defiebre.com/que-es/influencer>