

Sostenibilidad Social y Económica de los Festivales de Música: Análisis del caso del Rock Imperium en Cartagena¹

Dr. Antonio García Sánchez
Dra. María del Mar Vázquez Méndez
Universidad Politécnica de Cartagena

Dr. David Siles López
Universidad de Murcia

Cátedra de Turismo Sostenible de la Región de Murcia UPCT-ITREM
Documento de Trabajo DT 23/02- Diciembre de 2023

Resumen/Abstract

Los festivales de música han aumentado en las dos últimas décadas en cuanto a su número y al de los asistentes a los mismos de forma muy considerable. De hecho, los festivales se han convertido en la principal forma de consumo de música en directo en España, superando a otros tipos de organización como conciertos en salas o al aire libre, y superando en número y asistentes a otros espectáculos. Los impactos económicos a medio plazo de estos festivales, que podemos concretar como los cambios producidos en la estructura productiva, urbana y social, así como de la imagen del lugar en el que se celebran han sido rara vez analizados. En este documento se analiza ese impacto a medio plazo en el marco de la sostenibilidad económica. Adicionalmente, se analiza también el impacto social que puede tener un festival de música en la comunidad residente, aspecto éste también poco analizado en la literatura científica. El documento recoge un análisis del impacto económico a medio plazo y de sostenibilidad social del Festival Rock Imperium celebrado en Cartagena.

Keywords: Sostenibilidad, Impacto económico a medio plazo, Sostenibilidad económica, Sostenibilidad social, Festival de música, Rock Imperium, Cartagena.

¹ Agradecemos la financiación recibida por parte del Instituto de Turismo de la Región de Murcia a través de la “Cátedra de Turismo Sostenible de la Región de Murcia UPCT-ITREM”.

1. Introducción

Un festival de música es un evento que reúne a numerosos músicos o bandas tocando consecutivamente. Los festivales pueden durar solo un día, pero bastantes de los festivales más populares y conocidos se extienden durante un fin de semana o algunos días más.

Los festivales generalmente se organizan de acuerdo con alguna temática o género específico. También es común ver festivales centrados en ciertas celebraciones o tradiciones étnicas. Dependiendo de la ubicación, los organizadores del festival pueden ofrecer también instalaciones para acampar, duchas y acceso al baño para los asistentes, lo que puede hacer que sea más fácil y barata la asistencia. También es frecuente encontrar una variedad de puestos de comida, juegos de feria, vendedores y otras atracciones en el espacio del festival.

La mayoría de los festivales se llevan a cabo en el verano, cuando el clima es previsiblemente más cálido y templado, y con frecuencia se utilizan los fines de semana para adaptarse mejor a los calendarios laborales y escolares de la mayoría de los asistentes.

Existe un género musical específico asociado a cada festival en la mayoría de los casos. Por ejemplo, algunos festivales se centrarán específicamente en la música pop, indie, rock, heavy metal, etc. y los asistentes suelen tener un gran interés por los artistas de ese género. La mayoría de los festivales publican la lista de artistas tan pronto como se confirma, para dar a los posibles visitantes una idea de qué esperar del festival. Los festivales que tienen lugar durante varios días pueden tener, aunque no es frecuente, un día dedicado a un género y el siguiente a otro.

Muchos festivales grandes cuentan con varios escenarios y, generalmente, pueden albergar varias bandas y números musicales que pueden hacer sus interpretaciones consecutivamente, alternando los escenarios y evitando así tiempos muertos de actuación durante la adecuación de escenarios. Los músicos y bandas suelen estar realmente interesados en actuar en un festival como una forma de poder ofrecerles a los que ya son sus seguidores un concierto en directo y, al mismo tiempo, el festival les permite dar a conocer sus directos a potenciales nuevos seguidores que hayan sido atraídos por otras bandas también intervinientes.

Los diferentes festivales tienen diferentes políticas en lo que respecta a las admisiones, pero en la mayoría de los casos, un pase general o abono permitirá a una persona ver tantos espectáculos como quiera durante la celebración del festival. Los asientos suelen ser informales y sin reservas, aunque en algunos de los eventos más grandes se tiene la

opción de comprar asientos asignados o accesos a áreas concretas, en general cerca o posiblemente incluso en el escenario. Los festivales de varios días también pueden brindar a los asistentes la opción de comprar pases de un solo día, lo cual es útil para aquellos que desean participar, pero no pueden comprometerse durante toda la duración del evento.

La idea del festival parece que surge hacia el 4500 a. C. como celebraciones en honor a los dioses. Los egipcios fueron los primeros en realizar estos actos que iban acompañados de música y danza.

En la Edad Media nacieron las competiciones musicales dentro de festivales y empezaron a proliferar actos como el Festival Alemán de Bayreuth. Ya en 1897, tuvo lugar el Festival de Música Irlandesa radicado en Dublín.

El festival popular más antiguo todavía vigente se considera el Reading Festival que nació en 1961 como Festival Nacional de Jazz y Blues. Por otro lado, al hablar del primer festival moderno de rock, se suele mencionar el Monterey Pop Festival en California que tuvo lugar en junio de 1967, aunque incluso en este sentido hay controversia debido a que una semana antes Jimi Hendrix estuvo en un evento semejante con el nombre Fantasy Fair and Magic Mountain Music Festival que tuvo lugar en Mount Tamalpais también en California.

Algunos otros festivales que se consideran pioneros en este sentido son el Festival de la Isla de Wight en 1968 en el sur de Reino Unido, el icónico Festival de Woodstock en 1969 en Estados Unidos, el Festival de la Canción de Eurovisión desde 1956 y el Festival de Viña del Mar en Chile desde 1960.

Entre los festivales más destacados en la actualidad figura el Tomorrowland. Los escenarios y el ambiente se encuentran rodeados de una decoración que simula un mundo de magia y fantasía. El festival en sí, ofrece una variedad de subgéneros dentro de la música electrónica. Así mismo, consta de un camping a las afueras del recinto del festival, llamado DreamVille, para aquellos asistentes que deseen hospedarse de una forma más económica. Es un festival de música electrónica de baile, celebrado anualmente en la localidad de Boom (Bélgica). El festival es organizado por las empresas del festival (We Are One World y Tomorrowland Foundation) en conjunción con la promotora estadounidense LiveStyle, y se calcula que anualmente acuden más de 400.000 personas de casi 200 nacionalidades distintas. Es oficialmente el festival más grande en la actualidad.

Coachella es un gran festival de música que se lleva a cabo durante tres días en la última semana del mes de abril en Indio, California, en lo que se conoce como el Valle de

Coachella en el desierto de Colorado. Se presentan artistas de fama mundial, así como artistas emergentes y grupos de distintos géneros musicales como el rock alternativo, indie rock, pop, hip hop, electrónica y K-pop así como instalaciones artísticas y esculturas entre otros. Es uno de los festivales de música más grandes, famosos y rentables de Estados Unidos y del mundo. Cada festival de Coachella escenificado entre 2013 y 2015 estableció nuevos y consecutivos récords de asistencia al festival e ingresos brutos. El festival de 2017 contó con la asistencia de 250.000 personas y recaudó 114,6 millones de dólares.

En España se celebran una amplia variedad de festivales y algunos de los de más reciente creación alcanzan ya mucha asistencia y audiencia, podemos destacar entre los consolidados y a título ilustrativo:

Viña Rock es un festival que se celebra en Villarrobledo. La asistencia durante las últimas ediciones ha sido de unas 200.000 personas, repartidas entre los 3 días que dura el evento. Podemos disfrutar en el Viña Rock de música de Rock, Reggae y Rap.

Arenal Sound Festival es un festival de música independiente que se celebra en la playa El Arenal, en la localidad de Burriana (Castellón) durante la primera semana de agosto desde el año 2010. Se caracteriza por una gran afluencia de jóvenes y se diferencia por su cercanía a la playa, al tener uno de sus escenarios sobre la misma arena. Se ha convertido en uno de los referentes de la temporada estival nacional.

Los festivales de música se encuadran según la literatura especializada en lo que se denomina turismo de experiencias, llamado también turismo activo. De hecho, los festivales se han convertido en la principal forma de consumo de música en directo en España, superando a otros tipos de organización como conciertos en salas o al aire libre, y superando en número y asistentes a otros espectáculos. El crecimiento del turismo como consecuencia del nacimiento de nuevos festivales y música en vivo en todo el mundo es un hecho evidente. Se trata de uno de los segmentos de mayor dinamismo dentro del mercado turístico. Los festivales aportan un considerable impacto económico en valor añadido y empleos donde se celebran y representan, en sí mismos, una vía de desarrollo económico del turismo más convencional al registrar no sólo visitas, y consecuentemente potenciales embajadores del destino turístico, sino también un considerable retorno mediático por la promoción asociada al festival y la localidad donde se celebran.

Según estudio de PwC publicado en <https://www.esdiario.com/ocio/202872959/> los festivales musicales generaban unos 5.600 millones de euros de impacto económico al año en España antes de la pandemia. Adicionalmente, y según el mismo estudio, generaron unos 186 millones de euros de impacto económico únicamente en la Costa

del Sol y unos 43 millones de euros de retorno en repercusión mediática, con una relación de 23 céntimos de repercusión mediática por cada euro de impacto económico. Antes de la pandemia, en 2018 y 2019, se celebraron en España algo más de 1.000 festivales de música con un impacto económico de media de 5,6 millones de euros por festival organizado.

El 45% de los festivales se celebraron en Cataluña, Madrid o Andalucía y atrajeron 28 millones de espectadores, 5 de ellos extranjeros (el 17,8% de los asistentes). Las entradas representaron 420 millones de euros lo que representa un ingreso medio por entradas de 420.000 euros. Adicionalmente, los festivales y la música representan un importante dinamizador turístico del lugar o destino turístico donde se organizan

Los festivales, por tanto, aportan una nueva vía de desarrollo económico al turismo más tradicional. A pesar del notable impacto económico que generan, y de las externalidades positivas sobre otros tipos de turismo, es un subsector con todavía una no muy larga andadura en España y una escasa investigación sobre sus impactos. Ello dificulta la labor documental y comparativa al no haber datos y estadísticas con un intervalo de tiempo considerable con el que, sin embargo, sí cuentan otros subsectores turísticos.

El sector de los festivales de música se encuentra en constante crecimiento en España. Cada año anterior a la pandemia aumentaba el número de asistentes a este tipo de eventos, así como los ingresos generados, llegando a superar a la propia industria de la música.

La mayoría de festivales de música se emplazan, como hemos visto anteriormente, en verano para acompañar mayoritariamente a un modelo de sol y playa. El 45% de los festivales de música moderna se concentran en tan solo dos meses: julio y agosto. Los problemas del notable crecimiento de festivales se concretan en la actualidad en una oferta, quizás excesiva, que genera problemas de coincidencias de fechas, particularmente en verano, y problemas de contratación con los headliners o cabezas de cartel.

En las siguientes líneas se analiza el impacto económico a medio plazo del Rock Imperium Festival celebrado en Cartagena en junio de 2022, así como un análisis de su sostenibilidad social.

Concretamente, en el apartado 2 que sigue a esta introducción, se estima el impacto a medio plazo con el cual se determina, desde la opinión de expertos en la industria cultural y musical consultados, el impacto generado gracias al festival sobre infraestructuras, cultura empresarial, promoción de la marca Cartagena, entre otros.

La estimación de impacto económico de un festival de música debe acompañarse de un análisis de su sostenibilidad social que corrobore o corrija las bondades o debilidades de las estimaciones económicas. Con este fin, tras finalizar el festival se encuestó a residentes de la ciudad de Cartagena con el fin de conocer sus valoraciones, estadísticamente significativas, sobre distintos ítems, con efectos positivos y negativos, que nos ha permitido realizar el informe sobre sostenibilidad social que se desarrolla en el apartado 3 de este trabajo.

Este informe finaliza con las principales conclusiones obtenidas de este trabajo, expuestas previamente a la relación de la bibliografía consultada y citada que dan fin a este documento.

2. Impacto a medio plazo

Como consecuencia de la celebración de un festival como el que nos ocupa, además del impacto económico a corto plazo, tienen lugar otros impactos económicos, en concreto, los que podemos definir como los cambios producidos en la estructura productiva, urbana y social de un lugar, así como en su imagen.

Para estimar este impacto a medio plazo se realizó un cuestionario abierto y de valoraciones que fue respondido por autoridades y expertos de la industria cultural y el turismo de la ciudad de Cartagena con el fin aproximar, mediante este panel de expertos, la mayor o menor importancia del impacto a medio plazo.

El objetivo principal del panel de expertos es, por tanto, medir los factores descritos como determinantes del impacto económico a medio plazo para determinar su nivel de importancia y fortalecer o mantener esa ventaja en el contexto del medio plazo. Así, los gestores del destino van a tener a su disposición información sobre el desempeño del festival y su repercusión en la economía y otras facetas descritas.

El impacto a medio plazo se debe medir a través de cinco factores con incidencia en el destino (Devesa, Báez, Figueroa y Herrero, 2012):

- **FACTOR ECONÓMICO:** El impacto a medio plazo comprende factores que hacen referencia a la mejora en la estructura productiva, urbana y social de la zona. Entre ellos están las mejoras de instalaciones urbanas, aumentar la capacidad de atracción de inversiones, aumentar la competitividad, generar avances sociales en términos de bienestar, etc. (Herrero Prieto, 2011).

- **FACTOR TURÍSTICO:** El festival es un claro elemento de atracción turística que se va a reflejar en el flujo turístico futuro (Chako and Schaffer 1993) por la repetición y buena

valoración del asistente al festival, proporcionando mayores niveles de empleo y renta a los residentes (García-Sánchez y Siles 2015).

- FACTOR CULTURAL: El festival proporciona desarrollo cultural para el territorio, oportunidades para los artistas locales, tanto para su promoción como para su creación (Frey and Busenhardt, 1996).

- FACTOR SOCIAL: Desarrollo social en términos de beneficio, bienestar, cohesión, etc. (Waterman, 1998) como consecuencia del aprendizaje otorgado por el festival, creación de relaciones interpersonales, comprensión del tema del festival o asimilación de lo que supone la organización de un evento de este tipo, así como la asociación del festival a la ciudad dónde se realiza (Moscardo, 2018).

- FACTOR FÍSICO: Características que los festivales traspasan a la ciudad como estructuras fijas, reordenación del espacio para su celebración y organización de actividades relacionadas (Hall, 2000).

En la realización de este análisis a medio plazo, un soporte esencial para la bondad de los datos que se utilizan y consecuentemente las conclusiones que se van a extraer, es el alto índice de intención de repetición del 95,5% de los asistentes durante el año 2023 al festival.

Con el objetivo de ratificar el modelo propuesto, se va a medir la incidencia en la competitividad del destino a través de la valoración, “La competitividad del destino es una meta que se puede conseguir a través de toma de decisiones informadas y de elección estratégica” (Dwyer, Mellor, Livaic, Edwards y Kim, 2004).

Para este fin, como anteriormente se ha señalado, se procedió al envío de un cuestionario a expertos en la zona de diferentes áreas asociadas a las cuestiones planteadas para que, en su opinión, indicasen cómo cada una de las variables propuestas influyen sobre el impacto a un plazo más prolongado que el propio efecto directo o indirecto, teniendo en cuenta la naturaleza de un evento como el Rock Imperium.

Se utiliza una escala Likert de 1 a 5, donde “1” será muy poco importante y “5” muy importante. El valor de tendencia central que se va a usar va a ser el valor mediano (mediana), dado que la escala likert está medida en números ordinales categóricos se necesita una respuesta con un valor categórico.

En otros trabajos como Yuksel y Yuksel (2000), Suh, West y Shin (2012), o Medina-Muñoz y Medina-Muñoz (2013), se ha utilizado también esta metodología de valoración para obtener la importancia de las variables sobre su efecto en el destino.

Tras realizar el pertinente pre-test que confirma la validez del cuestionario a efectos de interpretación por el entrevistado, se envió la encuesta a una muestra aleatoria de expertos. En esta encuesta han participado expertos de diversa índole, tanto de la administración pública como de la empresa privada, y expertos académicos. Se han obtenido un total de 24 respuestas, las cuales han sido objeto de análisis de frecuencias para estimar la importancia que se le ha dado a cada indicador y tomando como referencia el valor mediano.

En primer lugar, señalar que se ha detectado un hecho muy significativo de los resultados del panel de expertos, y es que no han calificado ninguna de las variables y lo que ellas representan como poco importante o muy poco importante (según valor medio). Lo cual confirma que todas las variables utilizadas en este trabajo son percibidas por los expertos como importantes, en mayor o menor medida, para estimar el impacto a medio plazo del festival en el destino.

Las variables valoradas en un valor medio de 5, es decir, calificadas como muy importantes son:

El crecimiento económico: la zona de influencia del festival experimenta, en opinión de los expertos, un importante crecimiento en términos de producción. Empresas de diversos sectores como la hostelería, el transporte o el comercio aumentan su actividad e ingresos durante el festival. La total disponibilidad de hoteles, servicios de transporte, restaurantes o comercios de estos sectores es necesaria para poder organizar tal evento, y en todas estas actividades económicas se genera importante impacto y, por tanto, crecimiento económico durante la celebración del evento.

La inversión en la zona: el festival ha sido un atractor de inversión de capital de diversa índole. Patrocinadores públicos como el Ayuntamiento o Puerto de Culturas, y patrocinadores privados del sector de la distribución y hostelería como Estrella Levante, así como empresas de publicidad a nivel local, regional y nacional como la cadena Rock FM, han mostrado su interés en apoyar al festival.

La atracción turística: en opinión de los expertos, el grado de atracción turística del destino turístico Cartagena se ha incrementado considerablemente durante el festival, generando un turismo adicional al del propio evento. Los turistas no solo concurren al festival, sino que aprovechan para visitar el resto de oferta turística de la ciudad y se convierten en embajadores y prescriptores del destino.

Promoción de la ciudad y su oferta turística: la ciudad ha recibido una amplia promoción a nivel tanto nacional como internacional como consecuencia de la realización de un festival de gran dimensión. Cartagena ciudad es conocida sobre todo por su oferta

cultural y la realización del Rock Imperium añade una incorporación relevante a la misma. Por otra parte, se ha difundido la oferta turística de la zona entre los asistentes, tanto el turismo de sol y playa, como el cultural y urbano de la propia Cartagena.

Asociación del festival a la ciudad: los expertos consideran que desde el propio nombre del festival, al conocimiento de la ciudad por el único hecho de realizar el evento, Cartagena se ha visto ligada al Rock Imperium en el conocimiento colectivo. Si bien la ciudad se identifica por grandes atractivos culturales como el Teatro Romano, y en el sector musical también por otros importantes festivales que en ella tienen lugar, el público específico del Rock Imperium asociará a la ciudad con el rock a medio plazo.

Localización del festival: realizar un festival de esta magnitud en una zona dentro de la propia ciudad se considera muy relevante y acertado, tanto por la actividad que genera como por la facilidad de acceso, tanto a pie como por transporte interno, y la cercanía a los alojamientos y al resto de oferta de la ciudad.

Seguidas de estas variables, se han valorado por parte de los expertos como importantes en el impacto a medio plazo del festival, con una valoración media de 4, los siguientes factores:

El gasto turístico: los gastos que realizan los asistentes en el resto de actividades asociadas al sector turístico son importantes y necesarios para que la ciudad donde se organiza aproveche los efectos del festival. El gasto turístico incluye hostelería, cultura, comercio y todo lo asociado al gasto que realiza el turista, el asistente al festival aporta una contribución directa importante a todos estos sectores del turismo o muy relacionados con él.

El desarrollo cultural de la zona: el tipo de festival realizado crea cultura de rock y afición al mismo. Los profesionales y aficionados a esta cultura están desarrollando actividades relacionadas con el rock en redes sociales desde la realización del festival, y otros eventos aprovechando el impulso que ha dado el Rock Imperium en la ciudad.

Las oportunidades que generan a bandas locales: tres bandas locales y de ciudades cercanas han tenido la oportunidad de participar en un festival de alto nivel y promocionarse en un escaparate internacional y de gran afluencia.

La oferta cultural de la zona donde se celebra el festival se ve beneficiada por los asistentes que asisten a otras actividades culturales. A pesar de que los asistentes al festival tienen una estancia media relativamente corta de 1,78 días, la visita a elementos culturales de la ciudad ha crecido durante el festival y ha proporcionado ingresos y conocimiento de la oferta existente que de otra manera no hubieran llegado.

La creación de relaciones sociales entre asistentes: se fomentan lazos entre los asistentes de las diferentes provincias y comunidades españolas e incluso entre países, unidos por la misma afición musical y cultural, algo que se va a reflejar en una mayor interacción social durante el festival y en redes sociales tras el mismo.

El conocimiento adquirido que proporciona el festival y la imagen asociada a la ciudad: mientras se realice el festival en el mismo destino se incrementa la asociación de la ciudad con el festival y, por otra parte, genera mayor conocimiento temático en cada edición.

La mejora de servicios que proporciona el festival en la zona: la organización del festival produce un incremento de la seguridad y de las infraestructuras de acceso, transporte y limpieza.

Finalmente, hay un factor que se ha calificado como neutro (valor asociado a 3), es decir, ni importante ni poco importante, y es la incidencia en el empleo a medio plazo. Se genera claramente algún empleo a corto plazo, pero a medio plazo no se considera relevante, pues el empleo que se observa en el impacto del festival corresponde principalmente a los días de la organización del evento. Sin embargo, es un empleo que se mantendrá o aumentará en cada edición, tanto el directo como el indirecto.

Los factores considerados como muy importantes por los expertos deben seguir siendo muy importantes a medio plazo en la medida en que todo lo relacionado con esos factores se mantenga constante.

Las variables que se han valorado como importantes, pueden y deben ganar cierta importancia en próximas ediciones. El gasto turístico puede ser más relevante si hay mayor promoción turística entre los asistentes, el desarrollo cultural debe ser mayor a medio plazo si se sigue desarrollando la cultura del rock, las bandas locales también podrían ganar mayor importancia en sucesivas ediciones, o los servicios en la zona podrían mejorar en cada edición.

Para el factor menos valorado a medio plazo, por los expertos, la creación de empleo, los datos de empleo directo e indirecto en la sección de impacto económico de este trabajo, permiten obtener una imagen más precisa del empleo que genera el festival.

3. Sostenibilidad Social

El *Rock Imperium Festival* celebrado en Cartagena durante los días 23, 24 y 25 de junio de 2022, por su magnitud en cuanto a duración, número de asistentes y su procedencia, las instalaciones empleadas, y debido a la categoría de los grupos de rock participantes, ha generado un importante impacto social en la comunidad residente.

El informe Brundtland de 1987 definió el desarrollo sostenible como aquel que garantiza las necesidades de las generaciones actuales, sin comprometer las posibilidades de desarrollo de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Desde un punto de vista social, un evento sostenible, por tanto, debe dejar un legado beneficioso para la comunidad anfitriona y todos los implicados.

Un evento socialmente sostenible refuerza los valores culturales de la población, la enriquece y favorece el entendimiento y la tolerancia. También pone en valor el patrimonio histórico y arquitectónico y su conservación, la proyección externa de la localidad y promueve el sentimiento de pertenencia a una comunidad. Por el contrario, podemos decir que un evento no es sostenible desde el punto de vista social si, además de no propiciar todo lo anteriormente citado, genera rechazo entre los residentes, discriminación y problemas de habitabilidad.

La sostenibilidad del impacto social del Rock Imperium Festival ha sido analizada por este equipo de investigación a través de una encuesta destinada a personas que residían, o que trabajaban, en la ciudad durante la celebración del evento.

Se realizaron 125 encuestas válidas en las que todas contenían respuesta afirmativa a la pregunta sobre si residían o trabajaban en la ciudad durante el evento. Las respuestas se obtuvieron durante la primera quincena del mes de julio, es decir, unos días después de celebrarse el evento.

A los encuestados se les propusieron, igual que anteriormente para estimar el impacto a medio plazo del festival, una serie de afirmaciones para que valoraran en una escala Likert de 1 a 5 su grado de acuerdo o desacuerdo con dicha afirmación, siendo 1 totalmente en desacuerdo, 2 parcialmente en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 parcialmente de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Algunas de estas afirmaciones implican un impacto social positivo y otras un impacto social negativo, como comentaremos a continuación.

El 86,4% (108) de los encuestados está totalmente de acuerdo en que el festival aumenta las posibilidades de ocio en la ciudad, y el 8,8% (11) parcialmente de acuerdo. Es decir, el 95,2% considera que ha aumentado las posibilidades de ocio en la ciudad.

Cuando la afirmación propuesta es sobre si el festival aumenta la oferta cultural de la ciudad, el 79,2% (99) está totalmente de acuerdo y el 12,8% (16) parcialmente. Por tanto, para más del 92% de los encuestados el festival no solo es una actividad de ocio, sino que también es cultura.

Acerca de si el festival ha generado puestos de trabajo, el 62,5% (70) está totalmente de acuerdo y el 20,5% (23) lo está parcialmente. Por tanto, para el 83% ha resultado un evento creador de cierto empleo.

Los residentes están orgullosos de que el festival se celebre en su ciudad. Efectivamente, el 73,9% (88) está totalmente de acuerdo en opinar que los residentes en Cartagena están orgullosos de que se celebre en su ciudad. El 17,6% (21) lo opina parcialmente. Respecto a si la celebración del festival refuerza la imagen de Cartagena como destino turístico, el 95,7% (113) están de acuerdo (84,7% totalmente y 11% parcialmente). También en cuanto a su repercusión, el 61,7% (71) está totalmente de acuerdo en que el festival ha despertado la atención de los medios de comunicación, y el 27% (31) está parcialmente de acuerdo.

Otro aspecto que pone de manifiesto un impacto social positivo y sostenible del festival es que su organización y desarrollo ha favorecido la relación y socialización entre turistas y residentes, estando el 67,6% (75) totalmente de acuerdo y el 14,4% (16) parcialmente de acuerdo.

En cuanto a si la opinión de los residentes ha sido tomada en cuenta en la organización del festival, el mayor porcentaje un 28,7% (27) no está de acuerdo ni en desacuerdo, probablemente por falta de información acerca de la organización.

Ante la afirmación: “me parece bien que la Administración destine fondos públicos para apoyar la organización del evento”, el 65% (80) están totalmente de acuerdo y el 14,6% parcialmente. Solo un 6,5% (8) está totalmente en desacuerdo. También se preguntó si su celebración ha supuesto una mejora en los espacios públicos y accesos. En este caso, solo el 28% (30) está totalmente de acuerdo y el 15,9% (17) parcialmente de acuerdo. El 24,3% (26) está en desacuerdo. A los encuestados se les pidió su opinión acerca de si la Administración local ha contribuido en la reducción de los impactos negativos. El 29,5% (31) está totalmente de acuerdo y el 21,9% (23) parcialmente de acuerdo. Es decir, más de la mitad percibe positivamente la participación de la Administración.

Las cuestiones propuestas a los encuestados sobre el posible impacto social negativo del festival se comentan a continuación. El festival ha generado problemas de tráfico y aparcamiento. El 29,6% (32) de los encuestados está totalmente en desacuerdo y el 19,4% (21) parcialmente en desacuerdo con la anterior afirmación. Solo el 10,2% (21)

está totalmente de acuerdo. Por tanto, casi la mayoría 49% opina que el festival no ha generado problemas de tráfico y aparcamiento.

Respecto a si la celebración del festival ha generado ruidos molestos para los vecinos, la respuesta del 37,1% (43) fue estar totalmente en desacuerdo y un 30,2% (35) parcialmente en desacuerdo. Los que están totalmente de acuerdo en que el festival ha generado ruidos son solo el 3,4% (4). También se ha preguntado a los residentes si durante los días del evento la ciudad estaba masificada y ello les ha ocasionado molestias. La mayoría están en desacuerdo dado que el 56,5% (65) contestaron estar totalmente en desacuerdo y el 23,5% (27) parcialmente en desacuerdo. Únicamente un 2,6% (3) están de acuerdo con dicha afirmación. A la vista de las respuestas, el evento no ocasionó molestias relevantes a los residentes.

En relación a la seguridad ciudadana, se preguntó si durante los días del evento se ha incrementado la sensación de inseguridad. Totalmente en desacuerdo con dicha afirmación está el 75,7% (87) y parcialmente en desacuerdo el 10,4% (12).

Finalmente, ante la afirmación “el Rock Imperium Festival debería celebrarse todos los años en Cartagena” es donde encontramos mayor unanimidad puesto que el 87,9% (109) está totalmente de acuerdo y el 6,9% (8) parcialmente. Es decir, casi el 95% de los encuestados opina que el festival debe continuar celebrándose en la ciudad.

TABLA: SOSTENIBILIDAD SOCIAL

Evento Socialmente Sostenible	De acuerdo	Socialmente insostenible	De acuerdo
Aumenta las posibilidades de ocio y cultura	92%	Problemas de tráfico y aparcamiento	22,2%
Genera puestos de trabajo	83%	Ruidos molestos	9,4%
Mejora la imagen de la ciudad, la da a conocer y es un orgullo para los cartageneros	88% 95%	Masificación de la ciudad	5,2%
Favorece la relación entre turistas y residentes	82%	Sensación de inseguridad	6,9%
La Administración debe apoyar con fondos públicos	79,6%	La Administración ha reducido los impactos negativos	51,4%
Debe continuar en los años siguientes	95%		

A la vista de las opiniones mostradas por los encuestados, la celebración del Rock Imperium Festival ha generado un impacto social que podríamos calificar de muy positivo y socialmente sostenible. A destacar, especialmente, que los residentes opinan casi en su totalidad que el festival debe celebrarse de forma continuada todos los años. Además, se sienten orgullosos de que en su ciudad se celebre este evento, el cual mejora su imagen y proyección exterior, y genera puestos de trabajo.

A ello hay que añadir que los aspectos negativos derivados de su celebración apenas han sido destacados. Únicamente un cierto porcentaje asignó algo más de importancia a problemas de tráfico y aparcamiento. Ante este hecho, la implicación de la Administración, que también ha sido mayoritariamente aprobada, puede contribuir a mitigar estos efectos en las futuras ediciones.

Tras la consulta a los expertos y conocer la opinión de los residentes a partir de la encuesta desarrollada al efecto, obtenemos lo que podemos denominar impacto social de este evento en el que se aprecian diversos espacios, cada uno con distinto significado. Por una parte, está el espacio puramente cultural, donde se disfruta del espectáculo musical. Por la otra, el espacio geográfico, es decir, la localidad donde éste se desarrolla. Y luego, el espacio social, donde se establecen las relaciones sociales entre los asistentes (Forga, 2013). La naturaleza de los festivales parece tener que ver con su implicación con la sociedad. Éstos están arraigados en sus regiones y conectan con ellas desde su nacimiento como eventos para amantes de la música y para gente joven, (Ryakina Farfán, 2020). En estos festivales, se crean distintos espacios, geográficos, culturales y sociales, donde los individuos de un determinado estatus social se pueden encontrar periódicamente, compartiendo amistad, información y contactos. De esta manera, las relaciones sociales allí establecidas tienen una cierta importancia para los asistentes. De todas estas afirmaciones se puede llegar a la conclusión de que los valores sociales que estos festivales de música quieren transmitir a su público, deben ser positivos, ya que son extremadamente influyentes. Según la APM (Asociación de Promotores Musicales), el principal compromiso social de los festivales de música es, por un lado, el objetivo de alcanzar la igualdad real entre hombres y mujeres visitantes y, por otro lado, la solidaridad con la comunidad. Los festivales funcionan como faros y son buenas muestras y ejemplos importantes de transmisión de valores (APM, 2019).

Por otro lado, debemos analizar el valor de marca de un festival, ya que se considera como una fuente importante de ventaja competitiva que puede disminuir la fragilidad de una organización frente a la crisis y a sus competidores, además de influir en el valor de la organización y en sus resultados financieros (Karbasi y Rad, 2014). En este sentido, tradicionalmente, se ha apuntado que la comunicación controlada por la organización, como la publicidad y el patrocinio, es clave en la creación de notoriedad de marca,

contribuyendo a estimular un nuevo juicio del cliente y reforzar la imagen de la marca con los clientes existentes (Berry, 2000). En particular, en el caso de los festivales, Manthiou (2014) resalta el papel fundamental que juegan las comunicaciones desarrolladas por la empresa sobre la notoriedad de la marca del festival y, por ende, sobre el valor de marca.

Los estudios realizados sobre el impacto económico de festivales como el Viña Rock o el realizado por la APM para el conjunto de festivales celebrados durante 2018 estiman que por cada euro de impacto económico que genera el festival en un territorio, se generan 23 céntimos de repercusión mediática. Consecuentemente, el Rock Imperium Festival ha tenido una repercusión mediática de Cartagena valorada en unos 955.746 euros.

4. Conclusiones

Durante las dos últimas décadas el número de festivales musicales con el formato del Rock Imperium, esto es, varios grupos y bandas durante varios días en un mismo recinto al que el asistente puede acceder bien con entrada del día o bien con abono para todo el festival, ha crecido de manera notable. La mayoría de estos festivales de música en España se emplazan en verano acompañando, por tanto, al turismo de sol y playa mayoritario en nuestro país. De hecho, casi la mitad de los festivales de música en España se concentran en julio y agosto. Los problemas derivados del notable crecimiento del número de festivales se concretan en la actualidad en una oferta excesiva, coincidencia de fechas, particularmente en verano, y problemas de contratación de los cabezas de cartel.

El impacto económico de un festival no se limita únicamente al generado por la organización del mismo, sino que a su vez favorece notablemente, gracias a los asistentes al festival, a comercios, hostelería y otros negocios de la zona, que registran un sustancial aumento de los ingresos. Estos eventos generan empleos tanto directos para la realización y organización del festival, como indirectos e inducidos en proveedores del festival y otros negocios de la zona en la que se celebra. El impacto no se limita al lugar de la celebración del evento, sino que posee también un impacto positivo en la economía de los municipios colindantes. La música es así un generador de empleo y riqueza que impulsa el desarrollo económico y artístico, fomenta la cohesión social y la relación y confianza entre las personas.

Los festivales de música tienen repercusiones turísticas, pero también culturales, sociales, físicas y, por supuesto, económicas. Dentro de las repercusiones económicas encontramos, además de los efectos a corto plazo, los efectos a medio plazo.

El impacto a medio plazo es lo que podemos concretar como los cambios producidos en la estructura productiva, urbana y social de un lugar, así como en su imagen.

En lo referente al impacto a medio plazo se realizaron entrevistas con cuestionario abierto a expertos de la industria cultural y del turismo para determinar el impacto económico del festival sobre la estructura productiva, urbana y social de Cartagena y, en concreto, sobre las instalaciones, clúster cultural, industria musical y cultural, bandas de música de la zona, etc.

A medio plazo, el *Rock Imperium Festival* ha incrementado el valor añadido generado en la Comarca y Región, pero también ha aumentado, en opinión de los expertos, el crecimiento económico futuro al mejorar el atractivo de la zona para atraer inversiones asociadas a Cartagena como destino turístico urbano y cultural. También se ha considerado muy relevante la promoción de Cartagena que el festival ha realizado como destino turístico en el resto de tipologías turísticas presentes en la Comarca como sol y playa, naturaleza, buceo, náutico, etc.

En este sentido se estima que la valoración de la repercusión mediática lograda por el festival y el destino turístico Cartagena ha estado próxima a un millón de euros.

El impacto a medio plazo ha dejado también patente la necesidad de aumentar en próximas ediciones el impacto sobre el empleo local.

Para el análisis del impacto y sostenibilidad social se realizaron, tras finalizar el festival, encuestas a personas que residían, o que trabajaban, en la ciudad de Cartagena durante la celebración del evento.

Este análisis ha denotado la necesidad de mejorar la participación social en la programación y desarrollo del evento, así como, la conveniencia de aumentar la participación de grupos y bandas locales

El impacto social obtenido puede ser calificado a la luz de la opinión de los residentes y expertos consultados como muy positivo y socialmente sostenible. Destacar que los residentes opinan casi en su totalidad que el festival debe celebrarse de forma continuada en años sucesivos. Adicionalmente, se ha empezado a generar un sentimiento de orgullo entre los residentes por el hecho de que se celebre este evento en Cartagena, dado que en opinión de los residentes mejora la imagen y proyección exterior de la ciudad.

A ello hay que añadir que los aspectos negativos derivados de su celebración apenas han sido señalados. Únicamente un cierto porcentaje asignó algo más de importancia a problemas de tráfico y aparcamiento. Ante este hecho, la implicación de la

Administración, que también ha sido mayoritariamente aprobada en su actuación, puede contribuir a mitigar estos efectos en las futuras ediciones.

5. Referencias Bibliográficas

- Asociación de Promotores Musicales APM (2015). *VI Anuario de la Música en Vivo*. Ed. APM, Barcelona.
- Asociación de Promotores Musicales APM (2017). *VIII Anuario de la Música en Vivo*. Ed. APM, Barcelona.
- Asociación de Promotores Musicales APM (2019). *X Anuario de la Música en Vivo*. Ed. APM, Barcelona.
- Berry, L L (2000). Cultivating service brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science* 28 (1), pp. 128-137.
- Chacko, H E y Schaffer, J D (1993). The Evolution of a Festival. *Tourism Management*, 14, pp. 475-482
- Devesa, M, Báez, A., Fugueroa, V., y Herrero, L (2012). Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia. *EURE (Santiago)*, 38(115), pp. 95-115.
- Díez Romera, M. (2018). *Impacto económico de los festivales de música en España. Estudio de caso: Viña Rock*. TFG Grado Turismo. Universidad Valladolid.
- Dwyer, L, Mellor, R, Livaic, Z, Edwards, D, y Kim, C (2004). Attributes of destination competitiveness: A factor analysis. *Tourism Analysis* 9 (1-2), pp. 91-101.
- Frey, B, y Busenhardt, I (1996). Special exhibitions and festivals: Culture's booming path to glory. En V A Ginsburg & M Menger (Eds.), *Economics of the Arts. Selected Essays* (pp. 275–302). Elsevier Science, Amsterdam.
- García-Sánchez A, y Siles-López, D (2015a). Tourism Destination Competitiveness: The Spanish Mediterranean Case. *Tourism Economics*, 21 (6), pp. 1235-1254.
- García-Sánchez A, y Siles López, D (2015b). Cómo Mejorar la Competitividad Turística de un Destino: Análisis del Mediterráneo Español y Recomendaciones a los Gestores de los Destinos. *Revista de Análisis Turístico*, 19, pp. 1-11.
- Hall, P (2000). Creative cities and economic development. *Urban Studies* 37 (4), pp. 639-649.

- Herrero Prieto, L (2006). La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional. *Investigaciones Regionales-Journal of Regional Research* (19), pp. 177-202. (184-188).
- Herrero, L C (2011). El turismo cultural en España: un sector estratégico. *Papeles de Economía Española* 128, pp. 172-187.
- INE (varios años): *Contabilidad nacional anual de España: Tablas Input-Output. Resultados*. INE, Madrid.
- Karbasi, B, y Rad, A (2014). The effect of sales promotions characteristics on brand equity. *Management Science Letters* 4 (9), pp. 2107-2116.
- Manthiou, A, Lee, S, Tang, L, y Chiang, L (2014). The experience economy approach to festival marketing: vivid memory and attendee loyalty. *Journal of Services Marketing* 28 (1), pp. 22-35.
- Medina-Muñoz, D R, y Medina-Muñoz, R D (2013). The Attractiveness of Wellness Destinations: An Important-Performance-Satisfaction Approach. *International Journal of Tourism Research* 16 (6), pp. 521-533.
- Moscardo, G (2008). Analyzing the role of festivals and events in regional development. *Event Management* 11(1-2), pp. 23-32.
- Prat Forga, J M (2013). La estructura relacional de las organizaciones colaboradoras con los festivales de música en España. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 7, pp. 75-96.
- Rykayna Farfán, J (2020). *Festivales de música y turismo en España: impactos económicos, sociales y medioambientales*. TFG Grado de Turismo. Universidad de Sevilla
- Seaman, B (2003). Economic impact of the arts. En R. Towse (Ed.), *A handbook of Cultural Economics* (pp. 224–231).
- Suh, E, West, J J, y Shin, J (2012). Important Competency Requirements for Managers in the Hospitality Industry. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport, and Tourism Education* 11, pp. 101-112.
- Waterman, S (1998). Carnivals for elites? The cultural politics of arts festivals. *Progress in Human Geography*, 22 (1), pp. 54-74.

Yuksel, A, y Yuksel, F (2000). The Quest for Quality and Competitiveness: A Case of Turkish Tourism, / *International joint Symposium on Business Administration: Challenges for Business Administration in the New Millennium*, Onsekiz Mart University, Turkey.