

# Análisis del Impacto Social, Cultural y Ambiental de los Festivales Región de Murcia 2025 (Festivales RM)

**Prof. Dr. Andres Artal-Tur**

- Universidad Politécnica de Cartagena (**UPCT**)
- Cátedra de Competitividad **Colegio de Economistas** Región de Murcia
- Cátedra Turismo Sostenible RM UPCT-ITREM

En colaboración con:

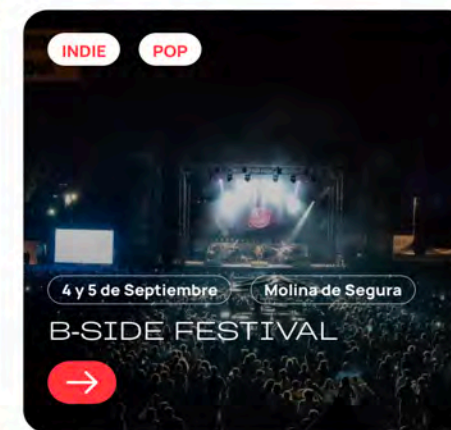
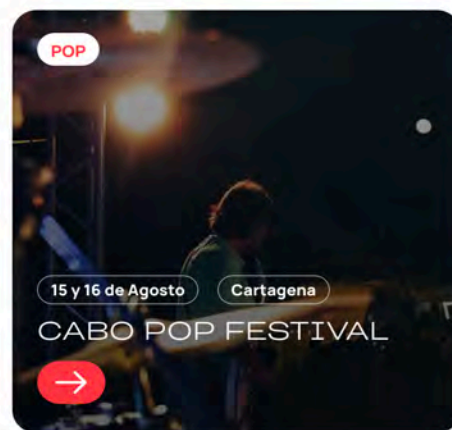
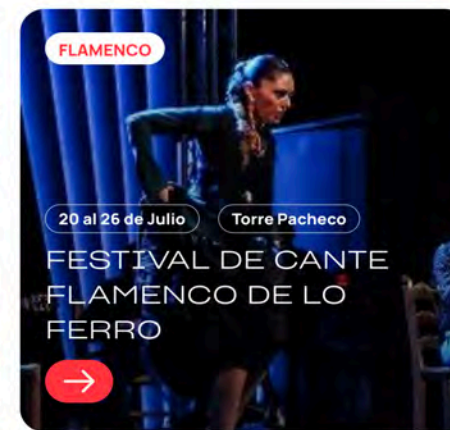
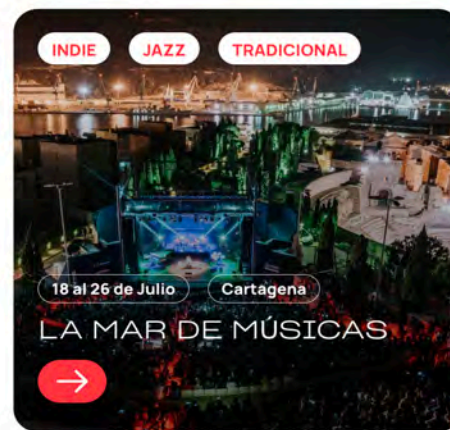
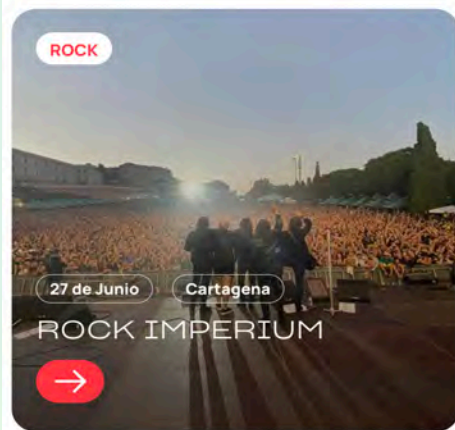
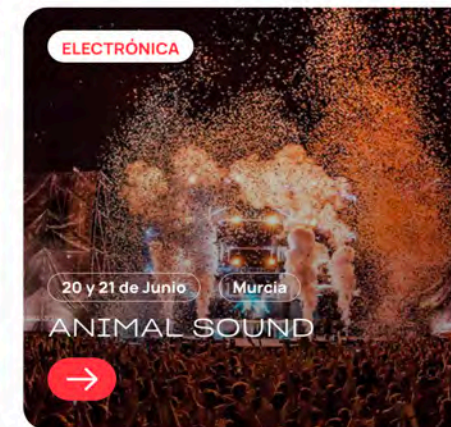
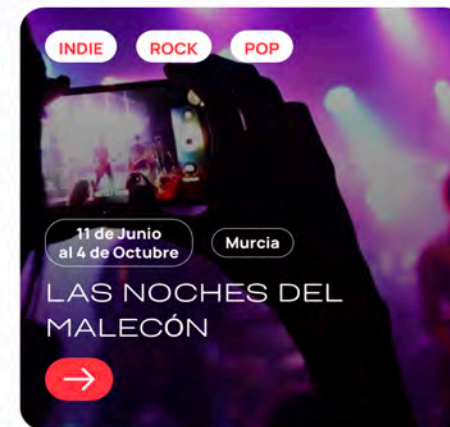
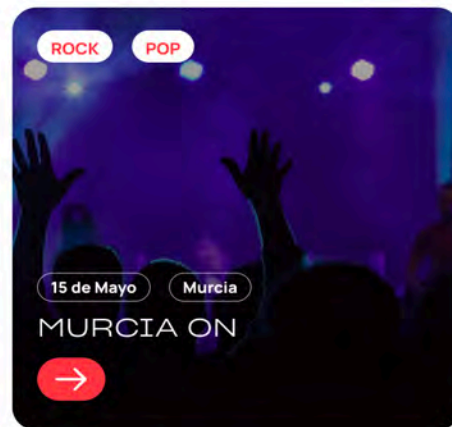
Instituto de las Industrias Culturales y las Artes (**ICA-Región de Murcia**)



Costa Cálida  
**REGIÓN  
DE MURCIA**

**OCTUBRE  
2026**





A vibrant illustration on the left side of the slide depicts a festival scene. In the foreground, the silhouettes of a large crowd of people are visible, some with their hands raised. Behind them, a DJ stands on a stage, illuminated by two bright spotlights. The background features a stylized city skyline with several tall buildings. The entire scene is set against a warm, orange-hued sky, suggesting a sunset or sunrise. Large, dark green leaves frame the top and sides of the illustration.

## CONTEXTO

# La Región de Murcia en el Mapa Internacional de Festivales

El **turismo de eventos musicales** experimenta un crecimiento exponencial a nivel mundial (**\$91.000 M en 2024-330.000M 2033**). España se ha consolidado como un destino importante para estos acontecimientos culturales (**€578 M en 2023, Top 15**).

La Región de Murcia ha sabido capitalizar esta tendencia creando una marca diferenciada:

**21**

**Festivales integrados**

Bajo el sello "**Festivales Región de Murcia**"

**506K**

**Asistentes en 2025**

Superando todas las expectativas

# Marco Teórico:

## El Turismo de Eventos como Eje del Desarrollo Sostenible

### Desarrollo Territorial

Los festivales actúan como catalizadores del desarrollo socioeconómico local, creando sinergias entre cultura, economía y territorio.

### Impacto Económico Múltiple

Efectos relevantes turista cultural: superar la estacionalidad, perfiles más respetuosos y sostenibles en el destino, mayor fidelización y renovación origen geográfico

### Dimensión Social y Cultural

El estudio pone especial énfasis en los valores intangibles: cohesión, identidad, capital social generado., ciudadanía, imagen destino, impulso de la cultura local y su industria

### Enfoque Sostenible Medioambiental

El seguir invirtiendo en sostenibilidad ambiental del festival y del destino resulta imperativo para su posicionamiento a largo plazo

# Metodología de Investigación



Diseño de la Investigación

Trabajo Encuestación  
Mayo-Octubre 2025

Análisis de resultados

Redacción del Informe  
Febrero-Mayo 2026

## Diseño de la Investigación

- **4.400 encuestas** a asistentes a los Festivales RM
- **110 encuestas específicas** a residentes en Murcia y Cartagena impactos social vecinos
- **Trabajo de campo:** mayo a octubre de 2025, cubriendo la temporada completa
- **Incluye Macrofestivales + Festivales medianos + Festivales locales de tipo socio-cultural**

La metodología combina un **enfoque cuanti-cualitativo riguroso**:

- técnicas de segmentación de la **demanda y análisis econométrico**
- garantiza la **validez científica** de los resultados
- resulta muy novedoso, al medir cuestiones intangibles sociales, culturales y ambientales
- frontera de la investigación en la **economía de la cultura y eventos**

# Perfil del Asistente: Turista cultural serio y Fidelizado



## Procedencia Regional

El **54%** proviene de la Región de Murcia, mientras que el **42%** llega del resto de España. El 4% restante son visitantes internacionales.



## Perfil de Edad

Edad media de **46 años**, un público maduro con mayor capacidad de gasto y apreciación cultural consolidada.  
Macrofestivales con mayor presencia jóvenes



## Motivación Principal

El **65%** de los asistentes viaja motivado específicamente por el festival.  
El 25% venía por primera vez de fuera de la RM



## Alta Fidelización

El **89%** manifiesta intención de regresar, demostrando una vinculación emocional sostenida con la experiencia.

## Este análisis inicial del perfil del asistente a eventos musicales y sus valoraciones muestra que:

- tienen un perfil de mayor valor añadido que el turista tradicional de sol y playa
- mayor estancia media y alta motivación por el evento
- elevada fidelidad, atrae primeras visitas a la RM
- hay todavía grandes oportunidades de promoción en España y la Unión Europea. Recomendación de amigos (33%), Websites (11%), publicidad (15%).
- se demuestra que los festivales pueden ejercer de efecto tractor en la diversificación turística regional
- Macrofestivales: público más joven, con mayor presencia de asistentes Resto de España y del Mundo
- realizan entre 3 y 5 visitas anuales a España por turismo: target de futuro para la RM
- experiencia social y colectiva (58% con amigos, 31% en pareja)

# Satisfacción y Áreas de Mejora

## Fortalezas Destacadas

### Seguridad

Máxima valoración en dispositivos de seguridad y protocolos de emergencia

### Calidad del Auditorio

Excelentes instalaciones y acústica reconocida por los asistentes

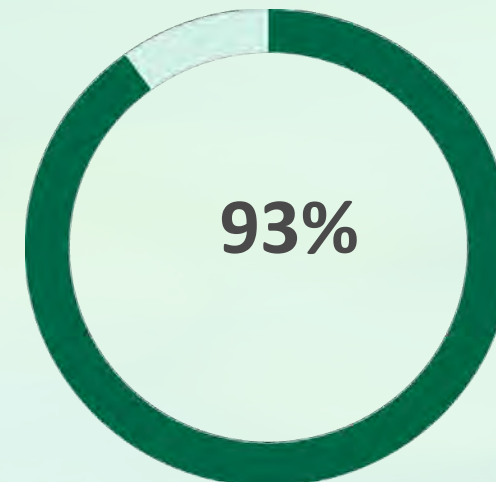
### Programación Musical, Servicios

Carteles de alta calidad

Servicios en el recinto, aunque mejorables

## Debilidades Críticas

- Transporte público y colectivo insuficiente
- Aparcamiento limitado y necesidad + info en web festival



## Tasa de Recomendación

Más del 90% de asistentes recomendaría activamente el festival a conocidos



# Impacto Social: La Voz de los Asistentes

|                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Balance Claramente Positivo</b><br><br>Los asistentes perciben un impacto social neto favorable, con mejoras significativas en la calidad de vida comunitaria durante los eventos.                               | <b>Conexión Social Reforzada</b><br><br>Los festivales actúan como catalizadores de encuentros intergeneracionales y fortalecimiento de vínculos sociales, creando <u>espacios de convivencia únicos</u> . | <b>Revitalización Urbana</b><br><br>Mejora percibida en el <u>uso de espacios públicos</u> , con una revalorización temporal de zonas que cobran nueva vida durante los eventos. |
| <b>Externalidades Controladas</b><br><br>Los impactos negativos (ruido, aglomeraciones, tráfico, residuos) son percibidos como bajos o moderados por los propios asistentes, demostrando una buena gestión general. |                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                  |

# Impacto Social: Perspectiva de los Residentes



## Visión Más Crítica del Entorno

Los residentes, especialmente aquellos que viven próximos a los recintos, manifiestan una mayor sensibilidad a las **externalidades negativas** generadas por los eventos.

### Ruido y Alteración del Descanso

Principal queja, especialmente en eventos que se prolongan hasta altas horas

### Congestión del Tráfico

Dificultades de movilidad en el entorno durante y después de los conciertos

### Macrofestivales vs Intermedios

Los festivales de escala intermedia demuestran mejor integración comunitaria

# Impacto Cultural: Identidad y Comunidad



## Experiencia Musical en Vivo

Altísima valoración del disfrute de actuaciones en directo. La música en vivo se confirma como el elemento diferencial y de mayor valor percibido por los asistentes.



## Punto de Encuentro Comunitario

Los festivales funcionan como espacios esenciales de reunión para colectivos de aficionados, creando comunidades en torno a géneros musicales y artistas (fan communities)



## Refuerzo de la Identidad Regional y Factor de diferenciación

Los eventos contribuyen significativamente al sentimiento de pertenencia, identidad cultural y orgullo regional.

Fortalecen la vida social local y transmiten el modo de vida local a los visitantes como activo intangible central de esta oferta musical



**Destacado:** Los festivales locales más pequeños de carácter sociocultural muestran un impacto especialmente relevante en la construcción de la identidad colectiva y el refuerzo de la cohesión social.

# Sostenibilidad Medioambiental de los Festivales RM

## Margen de mejora

- Materiales reciclables
- Instalaciones de descanso con agua fresca
- No residentes son más exigentes en estas cuestiones

## Energía

- Adopción de energías renovables,
- Mejora en otros aspectos de reciclaje, impacto en el entorno, ruidos, luces, residuos

## Movilidad verde

Los asistentes urgen hacia una movilidad más sostenible y un transporte colectivo

## Sostenibilidad

- Mayor conciencia ambiental del asistente urge a no dilatar inversiones verdes.
- Percepción más crítica de los vecinos: impacto entorno, aparcamientos, tráfico, ruido y luces molestas por la noche.





# Maximizando el impacto cultural: “Pequeños Festivales Locales”

## Perfiles

- 90% residentes, 55 años de media (vs 75% y 42 años)
- En pareja (47%), con amigos (23%), (vs 31% y 58%)
- 86% va a Volver, 93% a Recomendar

## Valoraciones Socio-Culturales elevadas

- Sostenibilidad Social: uso espacios públicos, vida local, gente nueva, integración inmigrantes, nuevas músicas,
- Sostenibilidad Cultural: calidad de vida, encuentro población local, cercano a mi cultura personal y mis necesidades culturales y musicales.



# Análisis Económico I:

## Fidelidad y Satisfacción del asistente ("volver y recomendar")

### Efecto Grupo

Asistir con amigos  
(pareja) aumenta la  
fidelidad un 20% (17%)  
y la recomendación un  
37%.

### Reconocimiento -Branding-

La calidad del  
festival y el  
reconocimiento de  
su marca influye  
directamente en la  
fidelización y  
recomendación  
(10% ambas)

### Motivo principal

Ser asistente cultural  
estricto aumenta un  
5% la probab. de  
fidelidad y satisfacción

**Factores determinantes de la probabilidad de la “intención de volver” y la “recomendación del festival” por parte del público asistente**

Ecuación  
# 1

| VARIABLES                 | (1)<br>Intención de Volver | (2)<br>Recomienda el Festival |
|---------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| Mujer                     | 0.0211**<br>(0.0108)       | 0.0303***<br>(0.0094)         |
| Macrofestival             | -0.0865***<br>(0.0166)     | -0.0768***<br>(0.0157)        |
| Festival conocido         | 0.1041***<br>(0.0138)      | 0.1057***<br>(0.0117)         |
| Edad                      | 0.0006<br>(0.0005)         | 0.0007*<br>(0.0004)           |
| Residente RM              | 0.0393***<br>(0.0167)      | -0.0094<br>(0.0173)           |
| Motivo principal festival | 0.0564***<br>(0.0122)      | 0.0377***<br>(0.0107)         |
| Primera vez               | -0.0662***<br>(0.0141)     | -0.0078<br>(0.0139)           |
| En familia                | 0.1569<br>(0.1295)         | 0.0170<br>(0.0852)            |
| Con amigos                | 0.2063***<br>(0.0775)      | 0.3723***<br>(0.0824)         |
| En pareja                 | 0.1775*<br>(0.1273)        | 0.0327<br>(0.0824)            |
| Solo                      | 0.1636<br>(0.1026)         | 0.0185**<br>(0.0931)          |
| Turista                   | 0.0229<br>(0.0191)         | 0.0258*<br>(0.0132)           |
| Observaciones (N)         | 3989                       | 3989                          |
| Wald Chi2                 | 169.17                     | 151.46                        |
| Prob > Chi2               | 0.0000                     | 0.0000                        |
| Pseudo R-squared          | 0.0512                     | 0.0573                        |

Standard errors in parentheses

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

# Análisis Económico II:

## Factores relevantes de tipo Social-Cultural-Ambiental

### SOCIAL

- Contacto con locales – Calidad del Auditorio
- Contacto entre residentes
- Uso de los espacios públicos

### CULTURAL

- Calidad del programa musical
- Encuentro entre fans

### AMBIENTAL

- Materiales reciclables
- Atenuación ruidos
- Comodidad instalaciones y áreas de Descanso
- Información web sobre accesibilidad



Ecuación # 2

Factores determinantes de la probabilidad de la “recomendación del festival” de acuerdo con factores sociales, culturales, medioambientales y servicios del festival

| VARIABLES                          | (1)       | (2)       | (3)        | (4)        |
|------------------------------------|-----------|-----------|------------|------------|
| Mujer                              | 0.0262**  | 0.0126    | 0.0277**   | 0.0164*    |
| Macrofestival                      | -0.0734** | 0.00407   | -0.0750*** |            |
| Festival conocido                  | 0.0738*** | 0.0526*** | 0.0937***  |            |
| Edad                               | 0.00116** | 0.000775  | 0.000857   |            |
| Residente RM                       | -0.0296   | 0.00773   | -0.0135    | -0.0296*** |
| Motivo principal festival          | 0.0253**  | 0.00473   | 0.0485***  |            |
| Primera vez                        | -0.0243   | -0.0182   | -0.0119    |            |
| En familia                         | 0.00364   | -0.00554  | -0.00327   |            |
| Con amigos                         | 0.0353    | 0.0465    | 0.0288     |            |
| En pareja                          | 0.0370    | 0.0365    | 0.0193     |            |
| Solo                               | 0.0242    | 0.0225    | 0.0178     |            |
| Turista                            | 0.00696   | 0.0325    | 0.00645    |            |
| SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL      |           |           |            |            |
| Materiales                         | 0.0158*** |           |            |            |
| Energías renovables                | 0.00912   |           |            |            |
| Emplazamiento auditorio            | -0.000466 |           |            |            |
| Tratamiento de residuos            | 0.00991   |           |            |            |
| Transporte sostenible              | 0.00506   |           |            |            |
| Ruido, Luces, Humos                | 0.000922  |           |            |            |
| Comodidad y Áreas de Descanso      | 0.0281*** |           |            |            |
| VALORACIONES SERVICIOS FESTIVAL    |           |           |            |            |
| Transporte público                 |           | 0.00479   |            |            |
| Disponibilidad aparcamiento        |           | -0.00589  |            |            |
| Calidad del programa musical       |           | 0.0767*** |            |            |
| Servicios en el recinto            |           | 0.0158**  |            |            |
| Calidad del auditorio/arena        |           | 0.0233*** |            |            |
| Seguridad                          |           | -0.00407  |            |            |
| Información web de accesibilidad   |           | 0.0119*   |            |            |
| IMPACTO SOCIAL NEGATIVO            |           |           |            |            |
| Ruidos                             |           |           | -0.00918   |            |
| Reciclaje residuos                 |           |           | -0.00108   |            |
| Aparcamiento                       |           |           | 0.00899    |            |
| Aglomeraciones                     |           |           | -0.00483   |            |
| Tráfico                            |           |           | -0.00443   |            |
| IMPACTO CULTURAL Y SOCIAL POSITIVO |           |           |            |            |
| Uso de los espacios públicos       |           |           |            | 0.0239***  |
| Conexión y reunión social          |           |           |            | 0.00757    |
| Contacto con la población local    |           |           |            | -0.000173  |
| Lugar de encuentro de fans         |           |           |            | 0.0225***  |
| Contacto entre residentes          |           |           |            | 0.0340***  |
| Observaciones (N)                  | 2607      | 2945      | 2824       | 2885       |
| Wald Chi2                          | 199.3     | 198.2     | 198.2      | 199.5      |
| Prob > Chi2                        | 0.0000    | 0.0000    | 0.0000     | 0.0000     |
| Pseudo R-squared                   | 0.152     | 0.154     | 0.153      | 0.154      |

Standard errors in parentheses  
\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

Ecuación # 3

Factores determinantes de la probabilidad de la “intención de volver” de acuerdo con factores sociales, culturales medioambientales y servicios del festival

| VARIABLES                          | (1)        | (2)        | (3)        | (4)       |
|------------------------------------|------------|------------|------------|-----------|
| Mujer                              | 0.00991    | 0.00255    | 0.00958    | 0.00200   |
| Macrofestival                      | -0.0287    | 0.0458*    | -0.0102    |           |
| Festival conocido                  | 0.0687***  | 0.0641***  | 0.0831***  |           |
| Edad                               | 0.000517   | 0.000777   | 0.000603   |           |
| Residente RM                       | 0.0120     | 0.0331*    | 0.0339     | 0.0285**  |
| Motivo principal festival          | 0.0306**   | 0.0355**   | 0.0630***  |           |
| Primera vez                        | -0.0826*** | -0.0861*** | -0.0716*** |           |
| En familia                         | 0.167      | 0.0352     | 0.0695     |           |
| Con amigos                         | 0.211      | 0.115      | 0.133      |           |
| En pareja                          | 0.176      | 0.0896     | 0.0978     |           |
| Solo                               | 0.169      | 0.0619     | 0.0975     |           |
| Turista                            | -0.00875   | -0.000830  | -0.00283   |           |
| SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL      |            |            |            |           |
| Materiales                         | 0.0280***  |            |            |           |
| Energías renovables                | 0.00747    |            |            |           |
| Emplazamiento auditorio            | -0.00114   |            |            |           |
| Tratamiento de residuos            | -0.00313   |            |            |           |
| Transporte sostenible              | -0.00216   |            |            |           |
| Ruido, Luces, Humos                | 0.0118     |            |            |           |
| Comodidad y Áreas de Descanso      | 0.0177***  |            |            |           |
| VALORACIONES SERVICIOS FESTIVAL    |            |            |            |           |
| Transporte público                 |            | -0.00886   |            |           |
| Disponibilidad aparcamiento        |            | 0.00231    |            |           |
| Calidad del programa musical       |            | 0.0596***  |            |           |
| Servicios en el recinto            |            | 0.00963    |            |           |
| Calidad del auditorio/arena        |            | 0.0137     |            |           |
| Seguridad                          |            | 0.0142     |            |           |
| Información web de accesibilidad   |            | 0.00855    |            |           |
| IMPACTO SOCIAL NEGATIVO            |            |            |            |           |
| Ruidos                             |            |            | -0.0176**  |           |
| Reciclaje residuos                 |            |            | 0.00442    |           |
| Aparcamiento                       |            |            | 0.00364    |           |
| Aglomeraciones                     |            |            | -0.00665   |           |
| Tráfico                            |            |            | 0.00799    |           |
| IMPACTO CULTURAL Y SOCIAL POSITIVO |            |            |            |           |
| Uso de los espacios públicos       |            |            |            | 0.00426   |
| Conexión y reunión social          |            |            |            | 0.00769   |
| Contacto con la población local    |            |            |            | 0.0152**  |
| Lugar de encuentro de fans         |            |            |            | 0.0214*** |
| Contacto entre residentes          |            |            |            | 0.0476*** |
| Observaciones (N)                  | 2607       | 2945       | 2824       | 2885      |
| Wald Chi2                          | 232.2      | 232.2      | 232.2      | 232.2     |
| Prob > Chi2                        | 0.0000     | 0.0000     | 0.0000     | 0.0000    |
| Pseudo R-squared                   | 0.116      | 0.116      | 0.116      | 0.116     |

Standard errors in parentheses  
\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

# Conclusiones y Recomendaciones

## Análisis Impactos Social-Cultural-Ambiental

### “Festivales Región de Murcia”

- Relevancia calidad de la música, branding festival y calidad auditorio
- Potenciar “Encuentros turista-residente2 y con otros fans de dicho estilo musical
- Heterogeneidad entre festivales RM: tamaño, asistentes, tipo de público, impacto ambiental.
- Los festivales como experiencias sociales y Culturales (lograr su apoyo social)
- La necesidad de implementar medidas ambientales visibles y que potencien un modelo sostenible a medio plazo: menaje reciclable, materiales, puntos con agua y zonas de descanso, “event branding through sustainability”.
- Percepción dual de los impactos entre asistentes y vecinos
- Limitar externalidades negativas: ruido, tráfico, aparcamiento, aglomeraciones
- El Macrofestival da a conocer la Región de Murcia, el Pequeño y Mediano festival fideliza y recomienda más.



# Análisis del Impacto Social, Cultural y Ambiental

## “Festivales Región de Murcia”

**MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN !!**

**Prof. Dr. Andres Artal-Tur**

Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) y

Cátedra de Competitividad – **Colegio de Economistas** Región de Murcia

En colaboración con:

Instituto de las Industrias Culturales y las Artes (**ICA-Región de Murcia**)



Costa Cálida  
**REGIÓN  
DE MURCIA**

**Febrero  
2026**

