

ESTUDIO

Estudio festivales de música en España



internetrepública



Índice

01	Metodología
02	¿Qué festivales generan mayor interés?
03	¿Dónde están los más festivaleros?
04	¿Influyen los factores externos en los festivales?
05	Patrocinio y nuevas tendencias
06	Conclusiones



FESTIVALES DE MÚSICA EN ESPAÑA

Metodología



01

Metodología

Nuestro objetivo es detectar y analizar las estrategias digitales, los hitos y los resultados de Google para explicar el interés de los usuarios por un festival.

Del mismo modo, la interpretación de los datos tiene el fin de exponer las buenas prácticas y los errores que forjan la reputación de un festival.

El estudio se enfoca en España y está comprendido entre el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2022.

Las herramientas utilizadas se enmarcan en el ámbito del SEO, Paid Media y Redes Sociales, siendo Brandwatch, la biblioteca de anuncios de Meta y de TikTok, Google Ads y Google Trends, Sistrix y SEMRush las principales.



Calendario festivales



Según publicó David Saavedra en su libro *Festivales de España*, durante 2022 se celebraron alrededor de 900 festivales en España.

La cantidad de eventos musicales nos lleva a concentrar el estudio en la siguiente lista de festivales, escogidos en función de la fama, del número de seguidores en redes sociales y las búsquedas en Google.

Festival	Fecha	Ubicación
Viñarock	28 al 30 de abril	Villarrobledo
Primavera Sound	1 al 3 de junio	Barcelona
Sónar Festival	15 al 17 de junio	Barcelona
Mad Cool	6 al 8 de julio	Madrid
Bilbao BBK	6 al 8 de julio	Bilbao
FIB	13 al 16 de julio	Benicassim
Resurrection fest	5 al 8 de julio	Viveiro
Arenal Sound	1 al 6 de agosto	Burriana
Rototom Sunsplash	12 al 19 de agosto	Benicassim
Dreambeach	10 al 13 de agosto	Villaricos
Low Festival	28 al 30 de julio	Benidorm
Sonorama Ribera	9 al 13 de agosto	Aranda de Duero
Boombastic	20 al 22 de julio	La Morgal
Medusa	9 al 14 de agosto	Cullera



FESTIVALES DE MÚSICA EN ESPAÑA

¿Qué
festivales
generan
mayor interés?

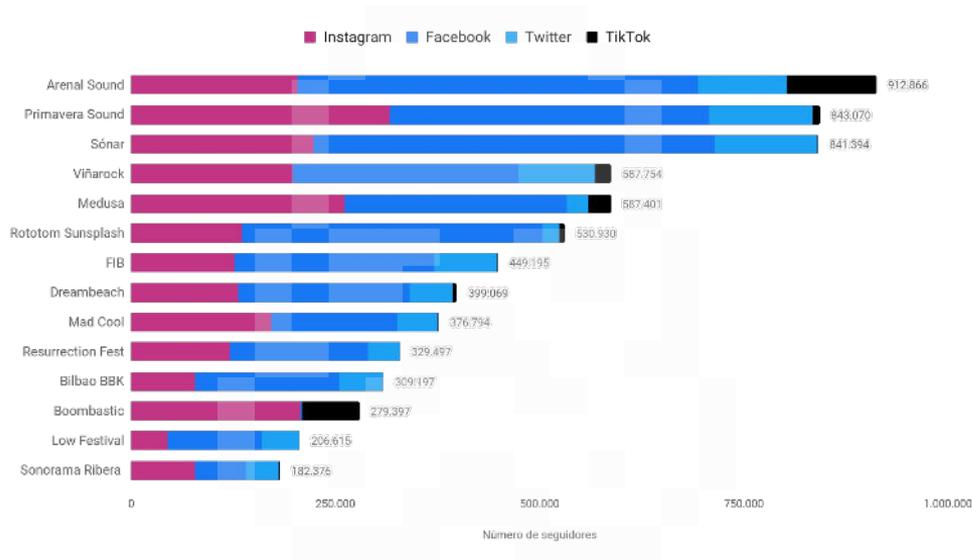
La old school de los festivales, a la cabeza en seguidores



Seguidores en redes sociales

Arenal, Primavera Sound y Sónar son los festivales con más seguidores, fundamentalmente porque nacieron primero (el Sónar existe desde 1994) y tienen mayor capacidad.

Estos tres festivales aprovecharon la bonanza de Facebook para agrandar su comunidad. Pero analizando estas cuentas, detectamos que apenas obtienen interacciones y que **la comunicación se concentra, mayoritariamente, en Instagram**.



Los modernos no se modernizan



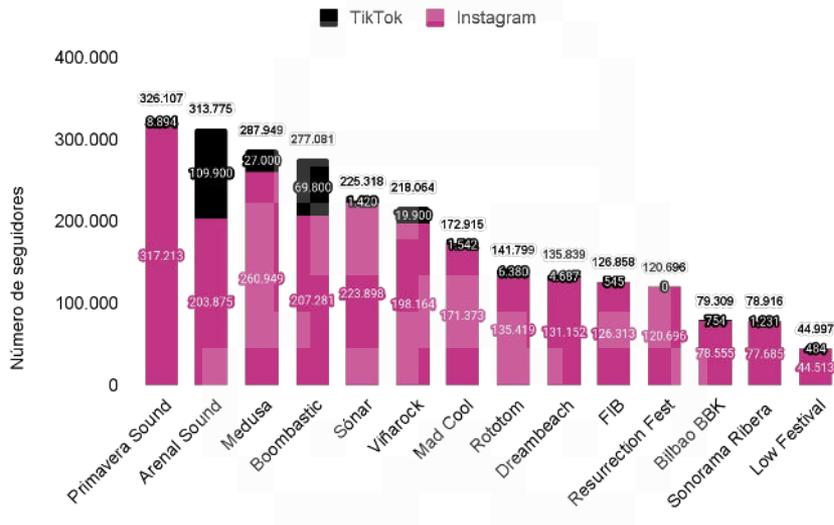
Seguidores en Instagram y TikTok

Una perspectiva distinta nos muestra este gráfico donde **comparamos la comunidad de seguidores en Instagram y TikTok**. En general, vemos que **la mayoría de festivales no están potenciando TikTok**, una plataforma importante por la presencia de la **generación Z**.

Entre los festivales arraigados, **solo el Arenal se destaca por haber construido una gran comunidad en esta red social**.

El Boombastic marca la diferencia en redes sociales frente a festivales veteranos

La principal diferencia con el gráfico anterior es el **auge del Boombastic**, que escala del undécimo al cuarto puesto. Además, es **el segundo festival con más followers en TikTok y el tercero en Instagram**, demostrando su excelente estrategia en redes sociales con solo un año de vida.

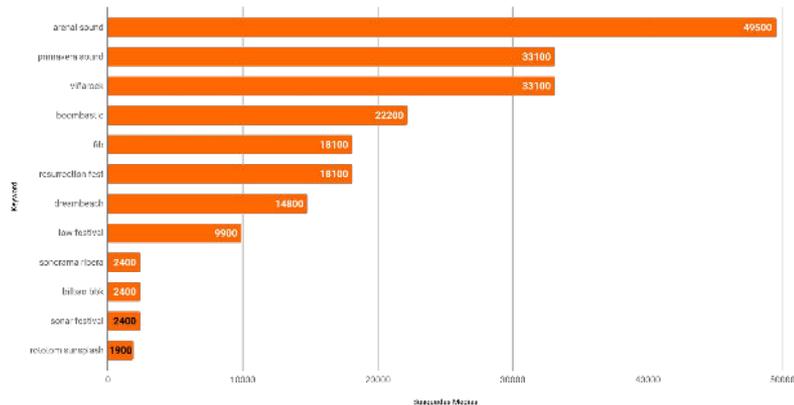


Arenal Sound, el festival más buscado en 2022



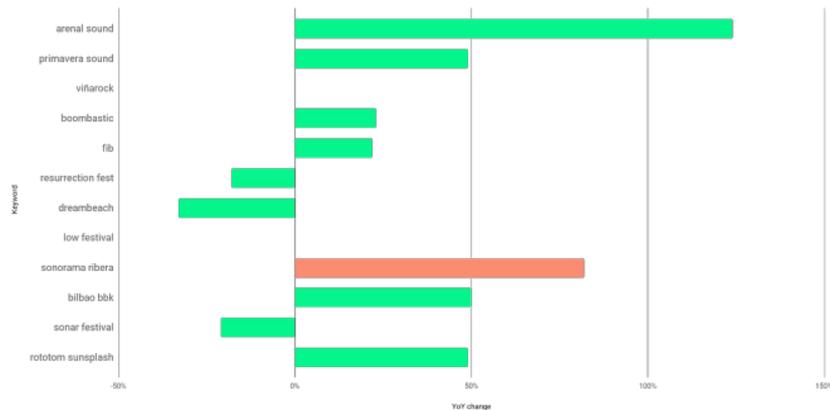
Búsquedas en Google

Hemos analizado el volumen de búsqueda de los festivales más consultados en Google en España. De los 12 festivales analizados en este informe, **Arenal Sound**, **Primavera Sound** y **Viñarock** ocupan el TOP3 de los que más interés han generado a lo largo del pasado año.



Evolución de las búsquedas

Analizando, sin embargo, el cambio en la tendencia anual, los festivales que más han crecido en búsquedas fueron **Arenal Sound**, **Sonorama Ribera** y **Bilbao BBK**, demostrando cómo, aunque los dos últimos de este TOP3 estaban a la zaga en búsquedas, han sabido despertar el interés y crecer.



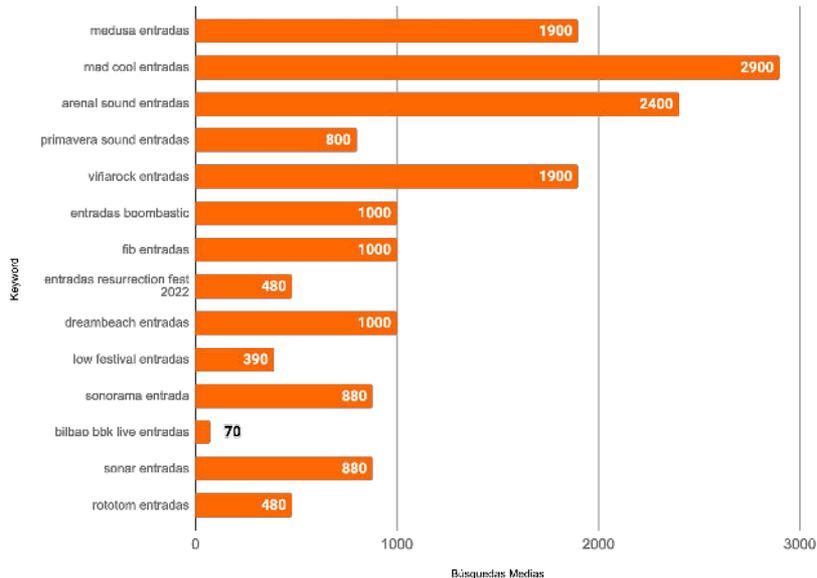
No hay pelea por las entradas



Dando un enfoque transaccional al análisis, hemos analizado las consultas más buscadas con una intención de compra de entradas.

Solo en el caso del Resurrection Fest, la consulta con mayor volumen incorporaba el año.

En el TOP3, Mad Cool, Arenal Sound y Medusa fueron los que mayor volumen de consultas generaron en 2022 respecto a búsqueda de entradas.





FESTIVALES DE MÚSICA EN ESPAÑA

¿Dónde están los más festivaleros?





Primavera Sound, el festival favorito de los turistas europeos

El **turista inglés** se convierte en el principal interesado en buscar información sobre los festivales en España, seguido de nuestros vecinos franceses, a quienes el Rototom les genera un mayor interés que al resto de los europeos.



Primavera Sound, el festival favorito de los turistas europeos



Datos de la media de consultas mensuales de la principal palabra clave en los [países que más turismo generaron en España con datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en 2022](#) en todos los idiomas.

Festival	Alemania	Reino Unido	Francia	Italia	Países Bajos
primavera sound	1900	6600	1900	3600	1000
mad cool	720	2900	880	590	390
sonar festival	880	1900	1900	590	260
medusa festival	1300	1000	1600	720	390
rototom	880	880	1900	1900	320
bilbao bbk	170	720	390	170	90
boombastic	480	720	480	1300	260
fib festival	40	390	50	30	30
resurrection fest	480	390	590	110	110
arenal sound	170	260	320	260	110
viñarock	170	170	210	140	70
dreambeach	90	140	140	50	70
low festival	50	140	50	50	20
sonorama	90	110	210	50	40

Datos de la media de consultas de la principal palabra clave en 2022 en todo el mundo y en todos los idiomas.

Festival	Búsquedas Medias Mensuales
primavera sound	246000
medusa festival	135000
mad cool	90500
arenal sound	49500
boombastic	40500
viñarock	40500
resurrection fest	27100
rototom	27100
sonorama	27100
dreambeach	14800
sonar festival	12100
low festival	9900
bilbao bbk	5400
fib festival	1900



Los madrileños hacen Trending Topic a los festivales

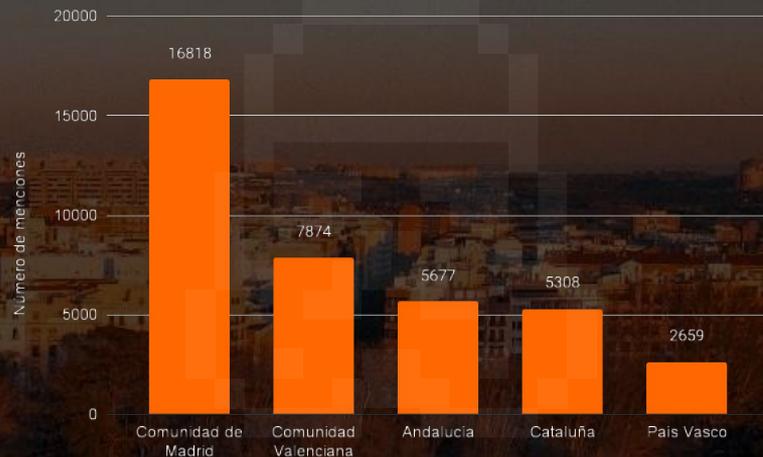
Comunidades autónomas más festivaleras

Sin duda, los primeros en opinar y apuntarse a una fiesta son los madrileños que, con más de 16.000 menciones, se situaron como la comunidad autónoma con mayor interés por los festivales.

Por detrás le sigue la Comunidad Valenciana (probablemente el territorio que acoge más festivales), con cerca de 8.000 menciones y Andalucía, con 5.600 menciones.



Número de menciones





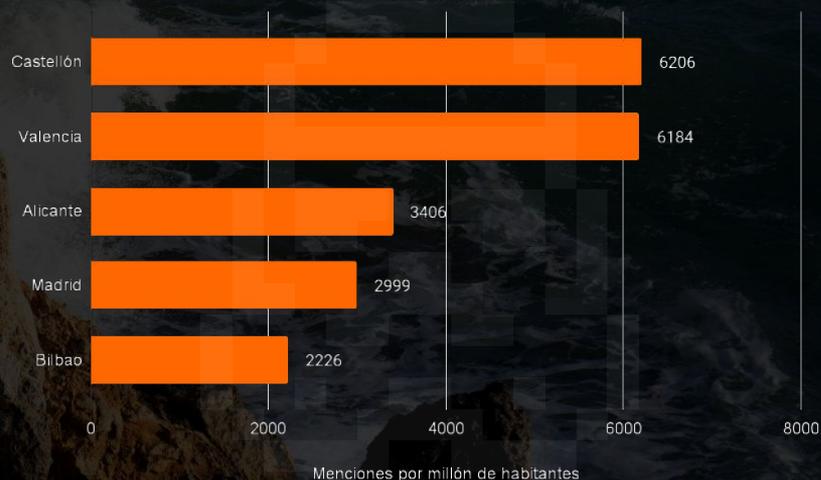
Los festivales, la conversación favorita en Castellón

Los festivales arrasan en Levante

Con 6.205 menciones per cápita, Castellón se posiciona como la ciudad que más escribe en redes sociales sobre festivales. Y no es casualidad, ya que la provincia acoge festivales de la magnitud del Arenal Sound, el FIB, el San San o el Rototom.

Por otra parte, son las tres principales ciudades de la Comunidad Valenciana las que lideran el volumen de menciones. La capital del Túria se quedó muy cerca de la primera posición; sin embargo, en cuanto a cifras netas, obtuvo 4.997 menciones mientras que Castellón, 1121.

Volumen de **menciones** per cápita





Cantabria, la comunidad más festivalera

Búsquedas por C. A.

Buscando a los más festivaleros de España por comunidad autónoma, encontramos que el **TOP5 está ocupado por Cantabria a la cabeza, seguida de La Rioja, Castilla-La Mancha, Galicia y Comunidad Valenciana.**

- 1° Cantabria 
- 2° La Rioja 
- 3° Castilla-La Mancha 
- 4° Galicia 
- 5° Comunidad Valenciana 

Búsquedas por ciudad

Si metemos la lupa en busca de la mayor concentración de festivaleros por ciudad, aquellas donde **mayor interés hubo fueron Arce (Cantabria), seguida por Santander, Igollo de Camargo, Revilla de Camargo y Astillero.**

- 1° Arce (Cantabria)
- 2° Santander (Cantabria)
- 3° Igollo de Camargo (Cantabria)
- 4° Revilla de Camargo (Cantabria)
- 5° Astillero (Cantabria)





¿Influyen los factores externos en los festivales?



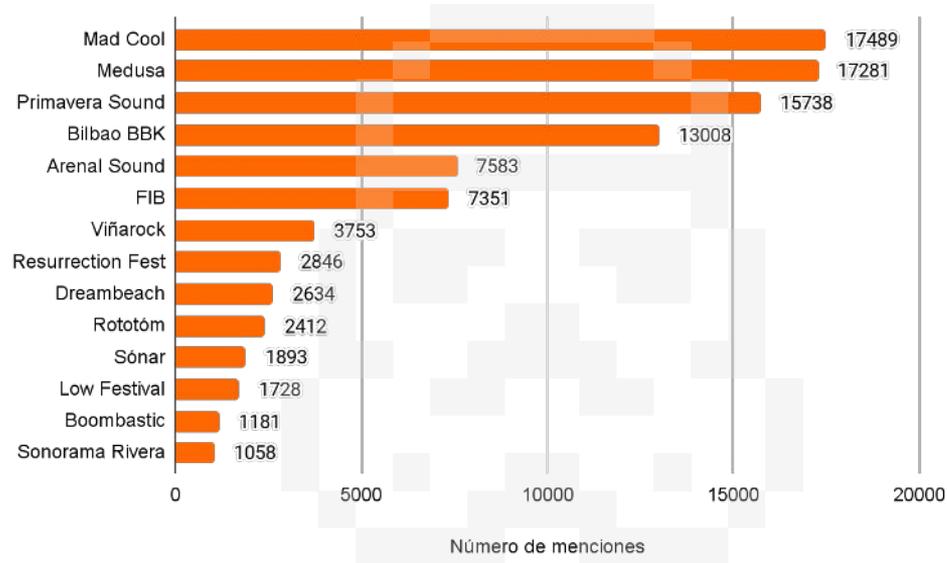
La polémica está servida en el Mad Cool



Volumen de menciones

En 2022, el **Mad Cool** fue el festival que **acaparó mayor volumen de menciones**. En general, se habló de la **polémica** que giró en torno al evento: [los precios del Uber para volver a casa](#), [la cancelación del Mad Cool Sunset](#) y [los fondos europeos](#).

El gráfico evidencia la **escasa relación** entre el número de seguidores y menciones. Al final, **que un festival sea comentado no depende solo de su popularidad, sino de las referencias en artículos digitales y la repercusión en Twitter**. Por ejemplo, el **Medusa Festival** tuvo una **crisis de reputación** a raíz del [incidente climático](#) que generó una oleada de comentarios.





El reventón cálido dispara las búsquedas del Medusa

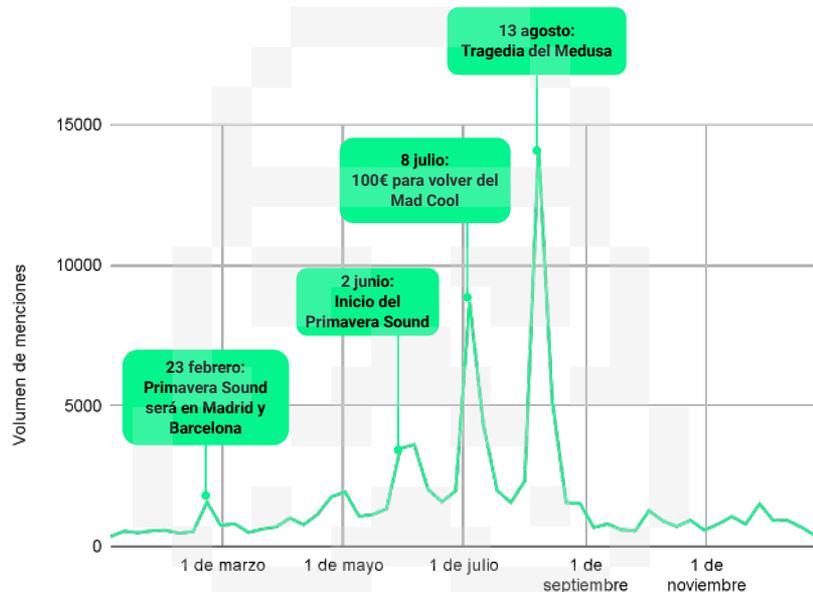
Retomando los anteriores resultados de búsqueda de Google, vemos un paralelismo con la slide anterior, donde **el Medusa y el Mad Cool vuelven a estar en la cabeza de cartel en cuanto a repercusión.**

Al final, la noticia del accidente climático y los problemas del Mad Cool no solo son comentados en redes sociales y citados por los medios de comunicación, sino que también **los internautas buscan estos términos atraídos por las informaciones.**

Keyword	Búsquedas Medias
medusa festival	110000
mad cool	74000
arenal sound	49500
primavera sound	33100
viñarock	33100
boombastic	22200
fib	18100
resurrection fest	18100
dreambeach	14800
low festival	9900
sonorama ribera	2400
bilbao bbk	2400
sonar festival	2400
rototom sunsplash	1900

[Fuente de datos](#)

¿Lo importante es que hablen de ti?



Picos de conversación

Un ejemplo de picos de conversación positiva es el Primavera Sound. En febrero fue noticia tras anunciar que el festival se celebraría en Madrid y Barcelona, y en junio crecía la conversación durante el inicio de ambos festivales.

Un caso distinto son los del Mad Cool y el Medusa, que fueron perseguidos por la polémica. El gráfico demuestra que **los sucesos negativos se propagan y se comentan más que el resto.**



Mismo medio,
distinto enfoque



Los hashtags con mayor repercusión



Top Hashtags:

#viñarock

867
TWEETS

#rock

707
TWEETS

#valdebebas

196
TWEETS

#arenalsound

171
TWEETS

#arenalsound2022

140
TWEETS



#viñarock

Abundan tweets positivos



#valdebebas

Quejas respecto a la ubicación inicial del Mad Cool

Enlaces más compartidos



Un amigo de Rivera recibe 4 millones a dedo para montar el Mad Cool andaluz

Noticia de el Periódico de España

Un muerto y 40 heridos en el festival de música Medusa en Valencia al caer varias estructuras por el viento

Noticia de El País



593
RETWEETS



395
RETWEETS

Tweets más retwitteados



1º



4.469
RETWEETS

Hilo

DramaCoaster @dramario

Esto que ha pasado en el Medusa es un "reventón" o "inversión térmica". Es uno de los fenómenos meteorológicos más peligrosos e impredecibles ya que ocurren en muy pocos minutos y sin aviso. Y sí, cada vez habrá más y serán más intensos a consecuencia del cambio climático.

Alexxx @alexmdzz · 13/8/22
Que coño acaba de pasa en el medusa



2º



3.603
RETWEETS

Hilo

Miguel Muñoz @miguelmunozort

Leo que Uber está cobrando hasta 100 euros para llevarte a tu casa desde el Mad Cool. Es lo que tiene la desregulación y lo que alertaban los defensores del taxi. Pero te dan una botella de agua y te dejan elegir la música, que eran los argumentos que usabais para defenderlos

8:40 · 8/7/22

3603 Retweets **341** Citas

12.5k Me gusta **84** elementos guardados

Miguel Muñoz @miguelmuno... · 8/7/22 ...
Ah, y que los conductores van "bien vestidos", que era otra de las chorradas que se escuchaban.

iRu @iRuDi · 8/7/22
LA realidad es que el servicio que me dieron fue mejor y más barato. Ahora no voy al taxi. No problem.

3º



2.152
RETWEETS

Hilo

Berna León @berna_leon

En este momento se están celebrando en España dos macrofestivales de música (BBK y Mad Cool) y los San Fermínes.

Pero por algún motivo a César solo le parece demencial celebrar el Orgullo.

Cesar Carballo @ccarballo50 · 8/7/22
Nos echamos las manos a la cabeza por aquel 8M de 2020. Se estimó que haber confinado antes hubiese salvado miles de vidas (al igual q se salvaron si se hubiese hecho después). Con esta IA actual y la presión asistencial, mantener esta fiesta y cualquiera parecida, es demencial.





FESTIVALES DE MÚSICA EN ESPAÑA

Patrocinio y nuevas tendencias



Patrocinios en Festivales



¿Qué buscan?

Las marcas buscan **diferenciarse a través de las experiencias**. De esta forma, tratan que los consumidores se involucren sentimental y físicamente con ellas.



¿Cómo lo consiguen?

Los patrocinadores saben que en este momento entra en juego la experiencia festivalera como complemento a la programación musical, por lo que crean **acciones de marketing** muy efectivas que realmente sorprenden a los consumidores.

En general, el público asocia esas marcas con valores de modernidad y juventud.

Patrocinios en Festivales



¿Qué objetivos buscan?

Diferenciarse del resto de patrocinadores.

Integrarse con los asistentes.

Fidelizar a los festivaleros.

Vincular su marca con este tipo de eventos de forma positiva.



¿Qué KPI's deben medir?

Los patrocinios deben mostrar un valor mucho más allá de la presencia y el branding.

Una participación positiva en los festivales influye en el ROI, multiplicando el beneficio.

Valorar la afinidad del público asistente con la marca.

Patrocinios en Festivales



Iberia Express, Estrella Galicia, Donettes... Más que un patrocinio

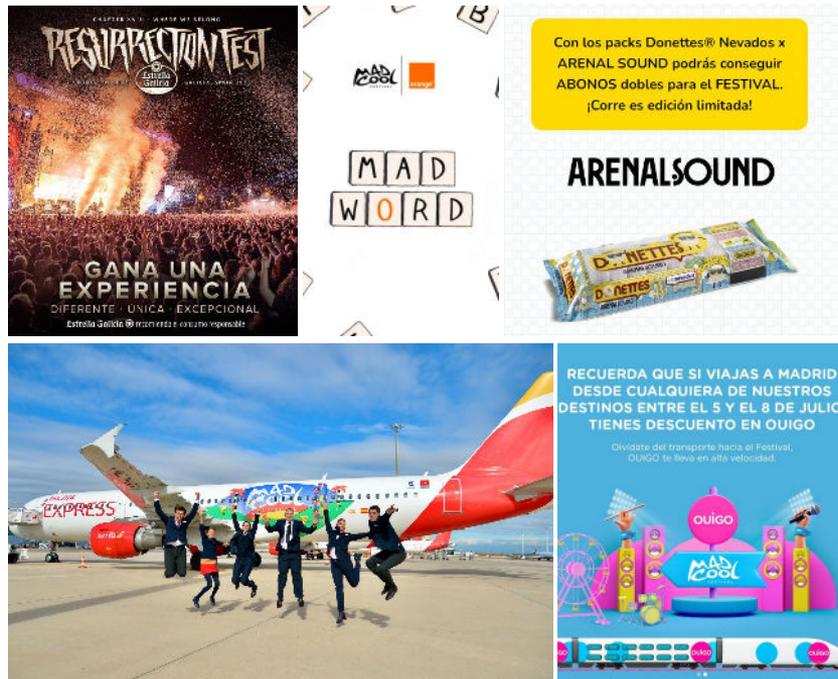
Las marcas, además de estar presentes dentro del festival, lo están fuera y es que no es raro ver cómo meses antes del festival los patrocinadores realizan sorteos de abonos, descuentos para viajar al mismo o acciones de fidelización.

Por ejemplo, en el caso de **Estrella Galicia** se ha premiado a los más fieles, regalando una experiencia única para disfrutar del Resurrection Fest.

En el caso de **Iberia e Iberia Express** han vinilado uno de sus aviones para dar visibilidad al festival.

Además, para los viajeros destino Madrid en las fechas del festival han puesto un 10% de descuento utilizando el código MADCOOL23.

Donettes creó una acción comercial donde introdujo 15 abonos dobles del festival Arenal Sound en sus paquetes de Donettes Nevados.





El Síndrome de la Tienda (de festival)

Evolución de “festivales”

El Colegio de Psicólogos de Madrid hace alusión al “**Síndrome de la Cabaña**”, un término que ha tomado relevancia tras el Covid, como «**temor y vivencias desagradables** que se activan en relación a la **exposición real** o mental a todo lo que suponga **salir del contexto y de la situación estrictamente actual o de los últimos meses**, optando así por la **reclusión como forma de vida deseada** ante la percepción de seguridad que conlleva.»

Sin embargo, analizando en **Google Trends** el interés en España histórico desde que se recogen datos en la herramienta, vemos que el **término “festivales” ha cobrado una gran relevancia** tras los años de restricción de movilidad y asistencia a eventos, **superior a la de los últimos 15 años**.

Hemos denominado a esto como “**Síndrome de la Tienda**” (tienda de festival), por la tendencia positiva.

Interés a lo largo del tiempo



Las nuevas oportunidades de negocio

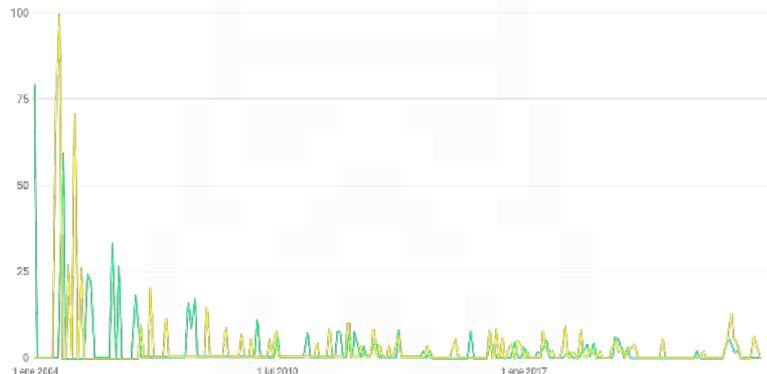


Productos relacionados

Hemos expandido nuestro análisis a otros productos relacionados con los festivales, a fin de profundizar en nuestra hipótesis sobre el “Síndrome de la Tienda”.

Interés a lo largo del tiempo

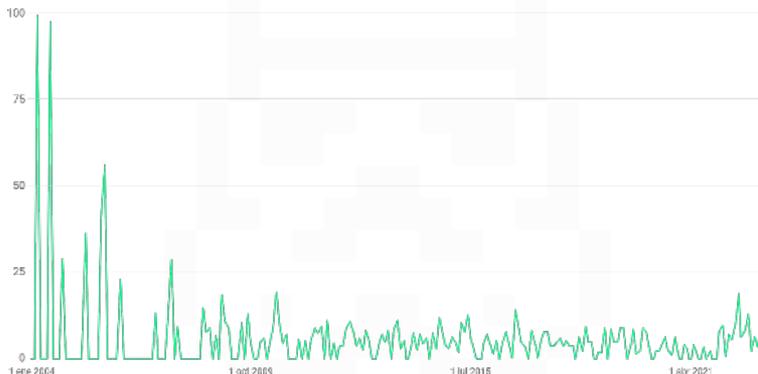
maquillaje festivales maquillaje de festival



“Maquillaje de festival” es un término que **no cobraba tanta fuerza en los últimos 15 años**, en 2007, como el término “festivales”

Interés a lo largo del tiempo

tienda de festival



De hecho, “tienda de festival” es otro término que **no cobraba tanta relevancia**, como el pasado 2022, **desde 2012, hace más de 10 años**, demostrando así que no hay miedo en cambiar la seguridad del hogar por la tienda compartida con nuestros seres queridos.

Tendencias en redes sociales: ¿Qué acciones detectamos?



Los propios festivales son los que hacen **publicidad, principalmente en Meta.**

Anuncios **incitando a la compra** de entradas con CTAs que redirigen a la propia web o claim con countdown

Mad Cool Festival
Publicidad
Identificador: 1239788856923007

MAD COOL 2023 YA ESTÁ AQUÍ! Nos vemos el 6, 7 y 8 de julio en Madrid con @chilipeppers @lizzobeeating @robbiewilliams @rinasonline y muchos más 🎸🎤

MADCOOLTICKETS.COM
¡ENTRADAS YA A LA VENTA!

Shop Now

Viña Rock
Publicidad
Identificador: 1961772291681777

¿Quieres formar parte del cartel de Viña Rock? Inscríbete en el concurso de bandas de Viña Rock y podrás tocar en el festival!

¡Tienes una banda?
¡Toca en Viña Rock!

Sign Up

Boombastic Festival
Publicidad
Identificador: 3660000862794

Bizarrap, Natos y Waor y mucho más! Boombastic la llo en Madrid! Consigue tu entrada antes de que sea demasiado tarde!

16 y 17 de junio Auditorio Miguel Ríos
Bizarrap, Natos y Waor y mucho más! Boombastic la llo en Madrid! Consigue tu entrada antes de que sea...

Learn More

Medusa Festival
Publicidad
Identificador: 28154756481568142

Nuestra nueva edición 'AGE OF TIMES' viene con una selección de artistas muy especial. Que se prepare la Cullera!!

Entradas en www.medusasunibeach.com

MEDUSASUNIBEACH.COM
¡¡SEFA por primera vez en Medusa!!
El mejor Hard llega a Cullera

Shop Now

MEDUSASUNIBEACH.COM
Wade se estrenará en Medusa en un Opening.
Wade estrenará el Main Stage de Medusa 2023

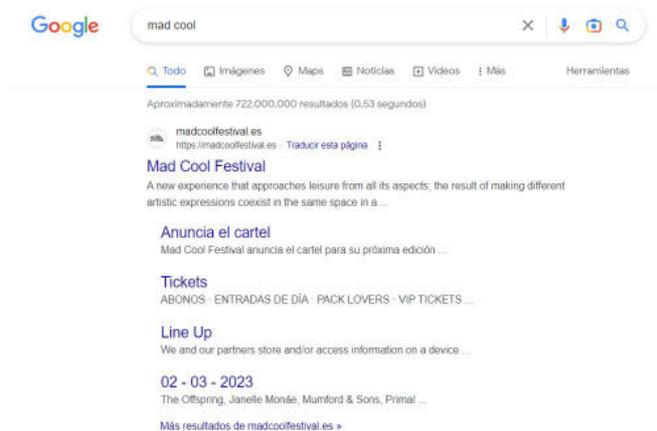
El mejor Hard llega a Cullera

Wade estrenará el Main St

Comportamiento en buscadores



Observamos que los propios festivales **no invierten** en anuncios de Google



Al realizar búsquedas con el nombre de los festivales, junto a keywords relacionadas con la venta de entradas, aparece **publicidad de las ticketeras**



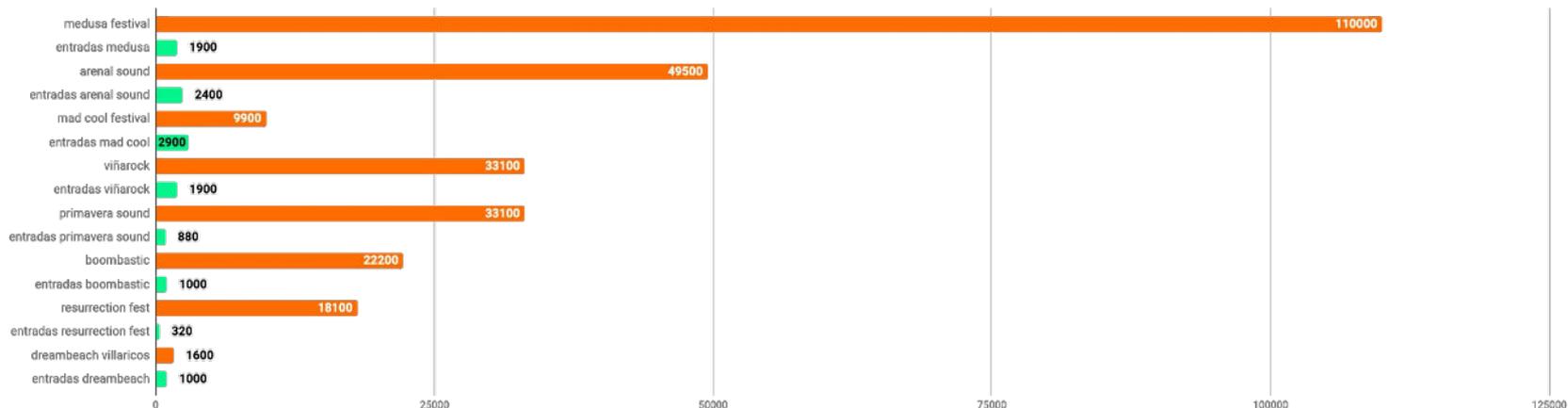
Comportamiento en buscadores



El **volumen de búsquedas** es significativamente mayor en las palabras específicas del festival que el interés por la compra de entradas

Festival vs. Entradas

■ Festival ■ Entradas





El mejor momento para lanzar una campaña

¿Cuándo lanzar una campaña de Google Ads para lograr su éxito?

Destacan dos momentos:



Ejemplos de campañas en TikTok



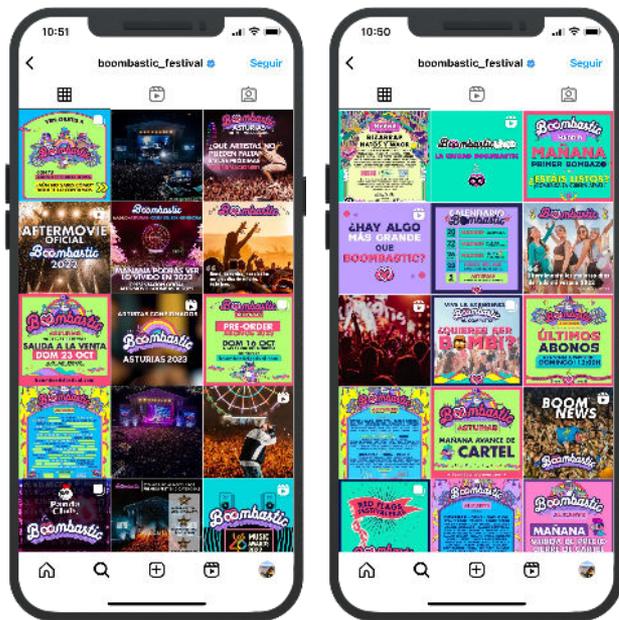
Como se ha visto, la mayoría de festivales no tiene un alto número de seguidores en TikTok o no tienen cuenta. Sin embargo, el crecimiento del público objetivo obliga a los festivales que no tienen cuenta a realizar campañas de TikTok Ads.



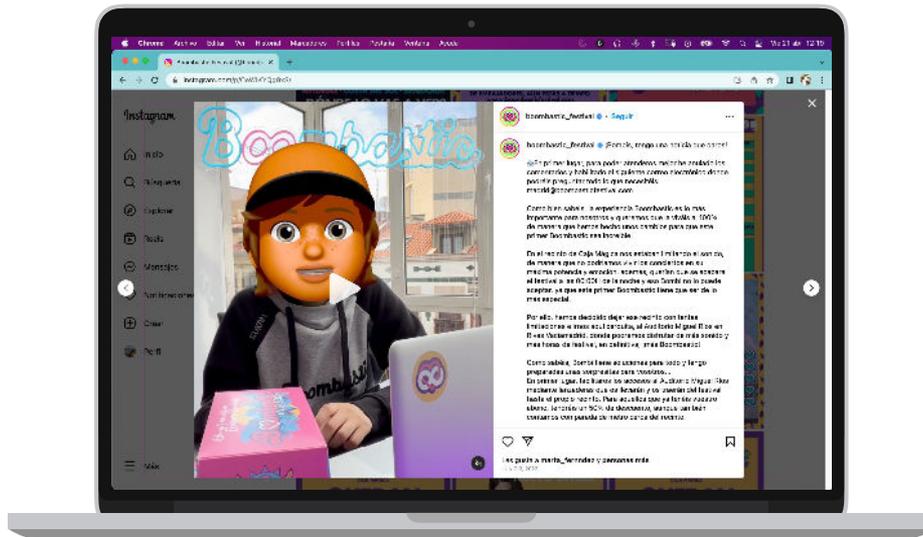
El Boombastic entra en el top 3 en menos de un año



Público objetivo muy bien definido



Humanizar la marca a través de un personaje creado específicamente para hablar con los usuarios 'Bombi'

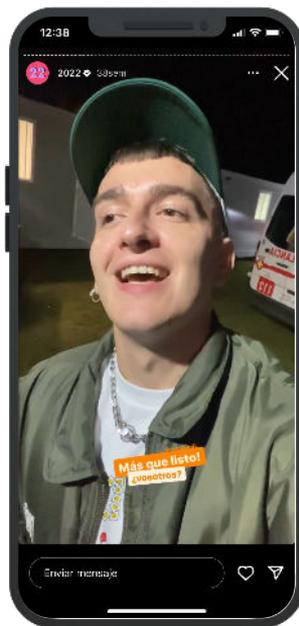


Ver publicación

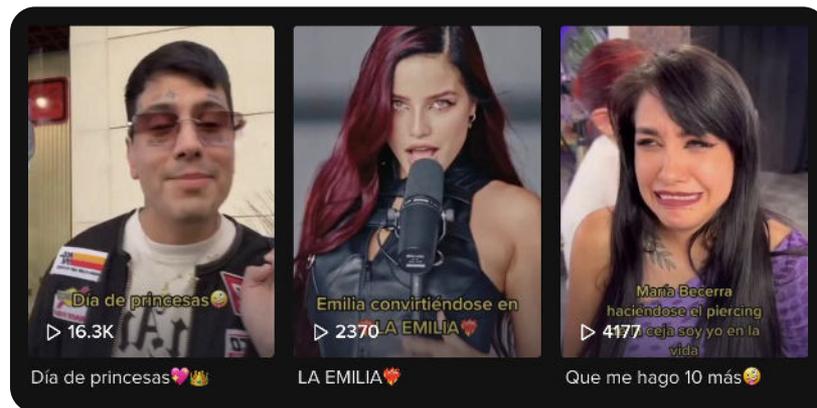
Influencers y artistas marcan la comunicación en el Boombastic



Generar confianza en la marca a través de la colaboración con artistas e influencers



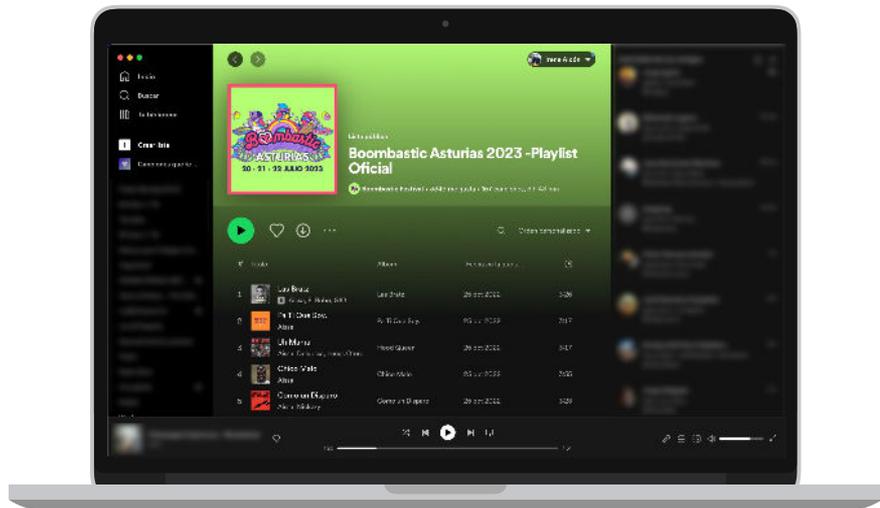
Diferenciación del contenido en función del canal en el que se emiten



El Boombastic llega a la Generación Z con contenido de valor



Contenido de valor extra como listas en Spotify para aprenderse las canciones del festival



Mantiene a sus usuarios completamente informados, por ejemplo, con estrenos musicales



Los festivales de los influencers



Una inversión segura

Son tantos los seguidores y la influencia que ejercen, que **organizar un festival es una apuesta segura**. Pero no todo se basa en crear un evento para ganar dinero, **sino en detectar una necesidad**. Así lo hizo **María Pombo**, cuando en 2019 se dio cuenta de que no existía un festival en España focalizado al 100% en el reguetón. Su **SuaveFest** creció tan rápido que en 2022 **llenó el estadio Metropolitano**.



Dulceida, Jordi Wild, María Pombo... Todos quieren su cartel

Muchos de los grandes influencers españoles se han lanzado al desafío festivalero. **Dulceida** celebró el **Dulceweekend**, una mezcla entre ropa y música. Por otro lado, el afianzado youtuber **Jordi Wild** en más de una ocasión ha organizado sus **Wild Parties**, llenas de metal y rock en directo.



FESTIVALES DE MÚSICA EN ESPAÑA

Conclusiones

06

Conclusiones



El Síndrome de la Cabaña ahora es el Síndrome de la Tienda

El Síndrome de la Cabaña que tomó relevancia tras el Covid, aludiendo a los individuos que optaron por prolongar la reclusión, es un espejismo puesto que el término “festivales” ha cobrado una gran relevancia. Así lo reflejan los datos de búsqueda de 2022, muy superiores a los últimos 15 años.



Castellón es la ciudad donde más se habla de festivales

Con 6.205 menciones per cápita, Castellón se posiciona como la ciudad que más escribe en redes sociales sobre festivales. Y no es casualidad, ya que la provincia acoge festivales de la magnitud del Arenal Sound, el FIB, el San San o el Rototom.

Cantabria, la comunidad más festivalera

Cantabria encabeza la clasificación de comunidades autónomas con mayor interés por los festivales, según datos de Google Trends, siendo el municipio de Arce donde hay una mayor concentración de festivaleros.

Conclusiones

El Arenal Sound el festival más buscado en 2022

Ha liderado el ranking de festivales que despiertan mayor interés con cerca de 50.000 búsquedas de media en todo el año anterior.

Además, fue el tercer festival que generó más conversación en Twitter y en los medios de comunicación.



El Boombastic se come el pastel de TikTok

La mayoría de festivales no apuestan por TikTok, solo el Arenal y el Boombastic tienen presencia en la plataforma de la generación Z. Precisamente, gran parte del éxito del Boombastic procede de su estrategia en redes sociales. A través de una definición del público objetivo, una humanización de la marca, un proceso de generación de confianza y un perfecto plan de contenidos, ha conseguido en un año adelantar a festivales con décadas de vida.

Los festivales invierten en redes sociales, aunque las entradas se venden en Google

Instagram y TikTok son las dos plataformas favoritas; es más, algunos festivales realizan anuncios en TikTok a pesar de no tener una cuenta orgánica.





internetrepública

¡MUCHAS
GRACIAS!