



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

GRADO EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2025/2026

ÁNGELA CALVO SANTIAGO

**EL POTENCIAL DE LOS EVENTOS MUSICALES PARA LA
DESESTACIONALIZACIÓN DEL TURISMO EN SANTANDER**

**THE POTENTIAL OF MUSICAL EVENTS FOR TOURISM DE-
SEASONALIZATION IN SANTANDER**

DIRECTORA

D^a JULIA BUCHWALD



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

GRADO EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2025/2026

Fecha de entrega: 01/12/2025

AUTORA: Ángela Calvo Santiago

**TÍTULO: El potencial de los eventos musicales para la
desestacionalización del turismo en Santander.**

DIRECTORA: Julia Buchwald

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a 1 de diciembre de 2025.

RESUMEN

El presente Trabajo de Fin de Grado analiza el papel de los eventos musicales como herramienta estratégica para la desestacionalización turística en la ciudad de Santander. A partir del estudio de la evolución de la demanda turística local, se evidencia que la ciudad continúa concentrando la mayor parte de su actividad en los meses estivales, lo que limita la sostenibilidad del sector turístico y comercial durante el resto del año. Con el fin de identificar modelos aplicables a Santander, se examina el caso del Benidorm Fest, un evento consolidado como ejemplo de éxito por su capacidad para atraer visitantes, aumentar la ocupación hotelera y proyectar mediáticamente el destino en temporada baja.

Tomando como referencia este festival, se desarrolla la propuesta "Santander Suená", diseñado para celebrarse a finales de febrero y estructurado en cuatro días de programación musical y cultural. Su planteamiento apuesta por una distribución equilibrada de las sedes, una programación diversa y la integración de artistas de proyección nacional y local, con el objetivo de dinamizar la ciudad fuera de temporada. El análisis económico confirma la viabilidad del proyecto y su potencial para generar impactos positivos en términos turísticos, económicos y socioculturales. En conjunto, el estudio concluye que la implementación de eventos musicales estratégicamente planificados puede convertirse en una herramienta clave para avanzar en la desestacionalización turística de Santander.

Palabras clave: Eventos musicales, turismo, desestacionalización, Santander, Benidorm Fest, gestión cultural, festival y dinamización turística.

ABSTRACT

This Final Degree Project analyzes the role of music events as a strategic tool to reduce tourism seasonality in the city of Santander. Based on the study of the evolution of local tourism demand, it becomes evident that the city continues to concentrate most of its activity during the summer months, which limits the sustainability of the tourism and commercial sectors throughout the rest of the year. In order to identify models applicable to Santander, the case of the Benidorm Fest is examined, a consolidated event considered a success for its ability to attract visitors, increase hotel occupancy, and enhance the media projection of the destination during the low season.

Building on this reference, the proposal "Santander Suena" is developed, designed to be held at the end of February and structured over four days of musical and cultural programming. Its approach is based on a balanced distribution of venues, a diverse program, and the integration of both nationally recognized and local artists, with the aim of revitalizing the city during the off-season. The economic analysis confirms the project's viability and its potential to generate positive tourism, economic, and sociocultural impacts. Overall, the study concludes that the implementation of strategically planned music events can become a key tool to advance the reduction of tourism seasonality in Santander.

Keywords: Music events; Tourism; Seasonality; Santander; Benidorm Fest; Cultural management; Festivals; Tourism development.



ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	8
1.1.	Finalidad	8
1.2.	Objetivos	8
1.2.1.	Objetivo general	8
1.2.2.	Objetivos específicos.....	8
1.3.	Marco histórico	9
2.	METODOLOGÍA	13
3.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE SANTANDER	14
3.1.	Persistencia de la estacionalidad turística	14
3.2.	Evolución del turismo en Santander	15
3.2.1.	Periodo Pre pandemia (2015-2019)	15
3.2.2.	Periodo Post pandemia (2022-2024)	17
4.	CASO DE ÉXITO (BENIDORM FEST).....	20
4.1.	Introducción al caso de estudio	20
4.2.	Descripción del evento.....	20
4.3.	Impacto turístico y económico.....	21
5.	PROPUESTA “SANTANDER SUENA”.....	24
5.1.	Introducción y justificación del evento.....	24
5.2.	Objetivos del festival “Santander Suena”	25
5.2.1.	Objetivos generales.....	25
5.2.2.	Objetivos específicos.....	26
5.3.	Concepto general y planteamiento estratégico.....	27
5.4.	Programación detallada	28
5.4.1.	Estructura horaria diaria.	28
5.4.2.	Día 1 – Jueves: Lola Índigo + Marlena.	30
5.4.3.	Día 2 – Viernes: Malú + Álex Ubago.	31
5.4.4.	Día 3 – Sábado: Morat + Belén Aguilera.	31
5.4.5.	Día 4 – Domingo: Melendi + Álvaro de Luna.....	31
5.5.	Impacto previsto en la ciudad de Santander.	32
5.5.1.	Impacto turístico y estacionalidad.	32
5.5.2.	Impacto económico en la hostelería, el comercio y la restauración.	32
5.5.3.	Impacto cultural y visibilidad de artistas emergentes.	33
5.5.4.	Impacto social y participación ciudadana.	33

5.5.5.	Impacto mediático y posicionamiento de Santander como destino musical.	33
5.6.	Análisis económico y previsión de gastos	33
5.6.1.	Estimación y justificación de gastos.....	34
5.6.2.	Estrategia de ingresos y modelo de ticketing	38
5.6.3.	Entradas para artistas emergentes	39
5.6.4.	Patrocinios.....	40
5.6.5.	Balance económico final	41
6.	CONCLUSIONES Y PROPUESTAS/RECOMENDACIONES.....	42
7.	ÍNDICE DE IMÁGENES/GRÁFICOS/TABLAS	43
8.	REFERENCIAS.....	43
8.1.	BIBLIOGRAFÍA.....	43
8.2.	WEBGRAFÍA.....	45



Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Finalidad

La finalidad principal de este trabajo de fin de grado es analizar el impacto de los eventos musicales en la ciudad de Santander como herramienta para desestacionalizar el turismo en dicha ciudad. Para ello, se busca demostrar que organizar eventos musicales, ya sean conciertos o festivales en las instalaciones disponibles de la ciudad de Santander puede ayudar a equilibrar la afluencia turística a lo largo del año, consiguiendo que esta sea más sostenible y constante.

La gran mayoría de conciertos y festivales que tienen lugar en la ciudad de Santander, se concentran en la época estival, lo que provoca que los turistas musicales se desplacen a la ciudad en la temporada más alta. De hecho, solamente durante la Semana Grande de 2024, según la programación lanzada por el Ayuntamiento de Santander, se pueden encontrar más de 20 conciertos.

En este trabajo se realizará un diagnóstico del poder de los eventos musicales para dinamizar el turismo en una ciudad y de esta manera hacerlo más sostenible. A partir de este análisis se propondrá un evento en la ciudad de Santander con estos objetivos.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

El objetivo general de este trabajo de fin de grado es analizar la evolución y características de la demanda turística en Santander, identificando los principales retos relacionados con la estacionalidad, para proponer una estrategia de dinamización turística basada en la organización del evento musical "Santander Suená", inspirado en el modelo de éxito del Benidorm Fest, como herramienta para diversificar la oferta y potenciar el turismo en temporada baja.

1.2.2. Objetivos específicos

- Examinar la evolución del turismo en Santander antes y después de la pandemia del Covid-19 prestando especial atención a la estacionalidad y a los cambios en los flujos de visitantes nacionales e internacionales
- Identificar los factores que influyen en la estacionalidad turística de la ciudad y analizar su impacto.
- Estudiar el caso del Benidorm Fest como ejemplo de buena práctica en la desestacionalización turística mediante eventos culturales y musicales.

- Evaluar el impacto económico y mediático generado por el Benidorm Fest para extraer aprendizajes aplicables a Santander.
- Diseñar una propuesta adaptada al contexto de Santander que contribuya a la dinamización económica, la atracción turística en temporada baja y la proyección cultural de la ciudad
- Estimar los posibles efectos turísticos y sociales del evento propuesto, analizando su viabilidad, público objetivo y potencial de consolidación como herramienta para combatir la estacionalidad.

1.3. Marco histórico

Para poder comprender como afectan los eventos musicales al turismo es necesario comprender el recorrido histórico que han tenido y como han evolucionado estas manifestaciones culturales a lo largo de los años. La ciudad de Santander ha seguido y adaptado las tendencias nacionales en cuanto a eventos musicales se refiere y por ello es necesario comprender como han ido evolucionando las tendencias musicales en todo el país.

El carácter colectivo de los eventos musicales en España tiene su origen en la música religiosa y popular de los siglos XVI al XVIII. Durante estos años la música se asociaba principalmente a contextos litúrgicos, como misas, procesiones o celebraciones en palacios, sin una estructura de evento público como tal. (Carreras, 2009). Sin embargo, a partir del siglo XIX estas manifestaciones culturales comienzan a adquirir un carácter urbano, social y popular, acercándose más a los actuales festivales o conciertos.

Este cambio fue en gran parte gracias al auge de la zarzuela, que a finales del siglo XIX se convirtió en el género musical más representado en los teatros españoles. Este género combina el teatro y la música ofreciendo un reflejo de la sociedad y la vida cotidiana, convirtiéndose en algo accesible para los distintos estratos sociales. (Cortizo, 2004). En el caso de Santander, la zarzuela estaba programada de forma regular en espacios como el antiguo Teatro Principal, situado en la actual Plaza Porticada. Esto provocó que este espacio se convirtiera en un importante punto de encuentro y reunión.



Imagen 1. Teatro Principal de Santander. Fuente: El Diario Montañés

De forma paralela, comenzó a popularizarse la creación de las bandas municipales, creándose la Banda Municipal de Santander en 1880. Este hecho facilitó el acceso de la ciudadanía a la música con conciertos al aire libre en paseos y plazas. Las actuaciones de la Banda Municipal eran auténticos eventos musicales de carácter social y festivo, reforzando el vínculo entre la música y la vida pública. (Fernández de la Cuesta, 1999). En el caso de Santander, las actuaciones de la Banda Municipal solían ser en el Paseo Pereda o en los Jardines aledaños, especialmente durante las temporadas estivales y festivas.

Durante la segunda mitad del siglo XIX también se popularizaron los cafés cantantes y los salones de música en vivo. En estos espacios el público podía reunirse entorno a géneros musicales más populares como la copla o las danzas de salón. Estos cafés cantantes se solían encontrar en las grandes ciudades como Barcelona o Madrid, pero debido a la presencia de burguesía también tuvieron presencia en la ciudad de Santander. (Galindo García, 2023)

A partir del siglo XX, la ciudad de Santander comenzó a acoger festivales de música organizados institucionalmente con la creación en 1932 del ciclo de conciertos de la Universidad Internacional de Verano, actualmente conocida como la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Posteriormente, en 1952, se creó el Festival Internacional de Santander, lo que terminó de consolidar la presencia de la música clásica y escénica en la ciudad, además de conseguir introducir una nueva dimensión cultural y turística en el calendario estival. Esta fue la primera vez que los eventos musicales consiguieron desestacionalizar el turismo en la ciudad de Santander (Ferrer Cayón, 2021).

La oferta musical de Santander durante el siglo XXI se ha ido diversificando hasta configurar un ecosistema que combina tradición y propuestas contemporáneas. Esta pluralidad no solo enriquece la vida cultural local, sino que condiciona los flujos turísticos, ya que, muchos festivales y ciclos atraen visitantes en momentos concretos del año, concentrándose mayoritariamente en los meses de verano. A continuación, se desarrollará un resumen de los géneros más relevantes en la ciudad junto con los eventos que representan a cada tipo de música y los meses de celebración de cada uno de ellos.

En primer lugar, la música clásica constituye uno de los pilares históricos y más consolidados de la oferta cultural de Santander. El Festival Internacional de Santander (FIS), celebrado anualmente durante el mes de agosto, se ha erigido desde mediados del siglo XX como un referente nacional, articulando una programación centrada en la música sinfónica, la ópera, la danza y los recitales de cámara. La relevancia del FIS en la identidad cultural de la ciudad y en la atracción de visitantes se fundamenta en su continuidad histórica, en la participación de músicos de prestigio y en su capacidad para convocar a públicos especializados durante la

temporada alta (Festival Internacional de Santander, 2023). A este evento se suma el Encuentro de Música y Academia, organizado por la Escuela Superior de Música Reina Sofía, que cada verano reúne a jóvenes músicos procedentes de toda Europa en sesiones de formación y conciertos abiertos al público. Este ciclo contribuye tanto a la proyección académica de la ciudad de Santander como a la consolidación del público interesado en repertorios de carácter formativo y clásico. (Escuela Superior de Música Reina Sofía, 2023). En conjunto, estos eventos posicionan a Santander como un enclave destacado dentro del turismo musical clásico, favoreciendo un perfil de visitante con motivación cultural y gasto medio superior.

En segundo lugar, en las últimas dos décadas, Santander ha diversificado su oferta musical con la incorporación de géneros contemporáneos como el pop, el indie y el rock alternativo. El festival Santander Music, que se celebra anualmente a comienzos de agosto en la Península de la Magdalena, se ha consolidado como uno de los principales eventos musicales del norte de España dentro del circuito indie. Su programación agrupa artistas nacionales e internacionales de música independiente, electrónica suave y pop alternativo, atrayendo a un público joven y urbano. De acuerdo con la información institucional del evento, la elección de fechas en plena temporada alta responde a la fuerte relación entre estos géneros y los patrones de movilidad turística estival, caracterizados por viajes cortos, grupos de jóvenes y consumo intensivo (Santander Music, 2025). La literatura académica sobre turismo musical apoya esta tendencia, identificando a los festivales indie como catalizadores de desplazamientos motivados por experiencias culturales y por dinámicas de comunidad asociadas al consumo musical (Mejías Martínez & Gutiérrez Iturralde, 2025).

En tercer lugar, la presencia creciente de la música urbana, incluyendo reggaetón, trap y fusiones latinas, ha transformado en los últimos años la escena musical estival de Santander. Eventos como el Reggaeton Beach Festival (RBF) o los conciertos programados durante la semana grande han incorporado artistas de alto impacto mediático, contribuyendo a atraer a un público joven y altamente movilizable. Según la programación anunciada para 2025, la edición de Santander del RBF se desarrolla entre junio y julio, coincidiendo con la antesala de la temporada alta turística y para reforzar la afluencia de visitantes procedentes de otras comunidades autónomas (Cadena Ser Cantabria, 2025). Este fenómeno es coherente con estudios recientes sobre la sostenibilidad social y demográfica del público de festivales urbanos, que identifican a la música urbana como uno de los géneros contemporáneos con mayor capacidad de convocatoria y dinamización económica en destinos turísticos (Siles, García-Sánchez & Vázquez-Méndez, 2024). En el contexto santanderino, este tipo de eventos

representan una vía de actualización de la oferta cultural, generando picos de asistencia que complementan a los perfiles más clásicos.

Por último, la Semana Grande de Santander, que se celebra a finales de julio, funciona como un periodo de elevada concentración musical con géneros variados; pop comercial, rock español, música urbana y propuestas revival. Ciclos como Magdalena en Vivo, Hoky Music o Remember Campa y otros conciertos institucionales configuran una agenda intensa que convierte la Campa de la Magdalena en uno de los principales polos de atracción turística de la ciudad durante el verano. Según datos publicados por medios de comunicación regionales, la previsión de asistencia a los conciertos de la Semana Grande en 2025 se situó en torno a 70.000 asistentes, un volumen significativo dentro de la escala urbana de Santander y que confirma el impacto en la región de estos eventos (Europa Press, 2025).

En conjunto, la presencia de géneros tan diversos, ha configurado en Santander un ecosistema musical que atrae a públicos muy distintos y contribuye a reforzar la identidad cultural de la ciudad. Sin embargo, la concentración de la mayoría de festivales y ciclos en los meses estivales evidencia un patrón turístico fuertemente estacional. Aunque estos eventos generan una notable afluencia y dinamizan la economía local, su potencial desestacionalizador continúa siendo limitado. Este escenario subraya la necesidad de impulsar nuevas propuestas musicales estratégicas en meses de baja demanda turística para equilibrar el calendario musical y cultural de la ciudad.

2. METODOLOGÍA

Para analizar el impacto de los eventos musicales en la desestacionalización del turismo en Santander, se ha llevado a cabo un estudio exploratorio-descriptivo con enfoque cuantitativo.

El estudio es exploratorio debido a que se ha examinado un campo poco estudiado en la ciudad de Santander, identificando las posibles relaciones entre el turismo y los eventos musicales. Además, es un estudio descriptivo, con el que se pretende relacionar el comportamiento de la demanda turística en relación a la celebración de conciertos y festivales, a través del análisis de datos.

Para abordar el objeto del estudio se emplearán fuentes cuantitativas con el objetivo de evaluar la evolución del turismo en Santander en relación con la celebración de eventos musicales. Las fuentes principales utilizadas son:

- El Instituto Nacional de Estadística (INE), más en concreto para datos sobre la ocupación hotelera, gasto turístico y procedencia de visitantes.
- Registros de asistencia y datos económicos de festivales musicales en Santander, sobre todo los impactos en términos de afluencia de visitantes y actividad económica.
- Informes turísticos de organismos oficiales de la ciudad de Santander, para poder entender la estacionalidad de la ciudad y la evolución del turismo.

Los datos obtenidos serán analizados mediante técnicas estadísticas, comparando la evolución de los indicadores turísticos en periodos con y sin eventos musicales. El análisis de estos datos permitirá conocer el potencial de los eventos musicales para desestacionalizar el turismo en Santander.

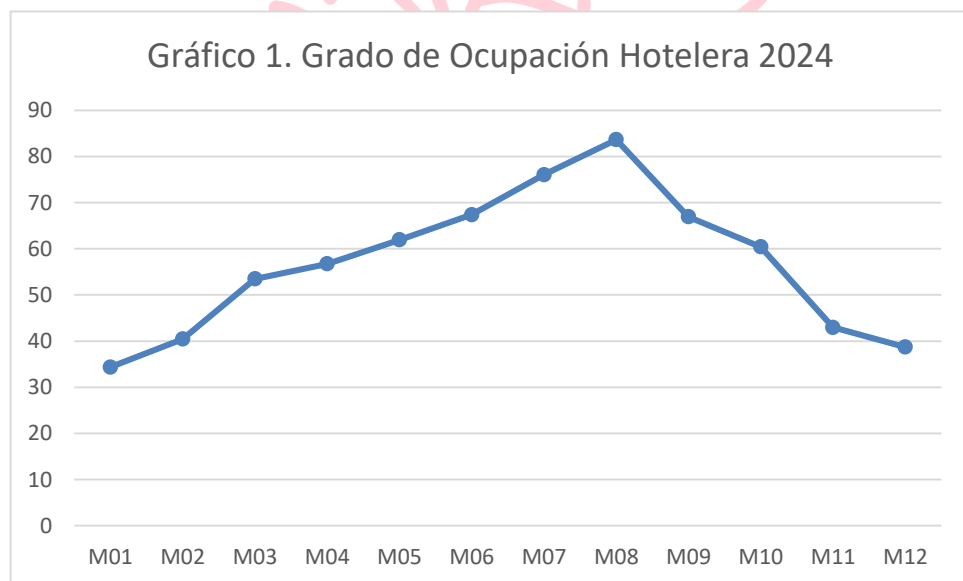
3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE SANTANDER

La demanda turística en Santander se ha caracterizado desde sus inicios por una marcada estacionalidad, con gran afluencia en los meses de verano y pocos turistas durante el resto de meses del año, registrando picos de afluencia durante las festividades nacionales, como pueden ser las Navidades o la Semana Santa.

3.1. Persistencia de la estacionalidad turística

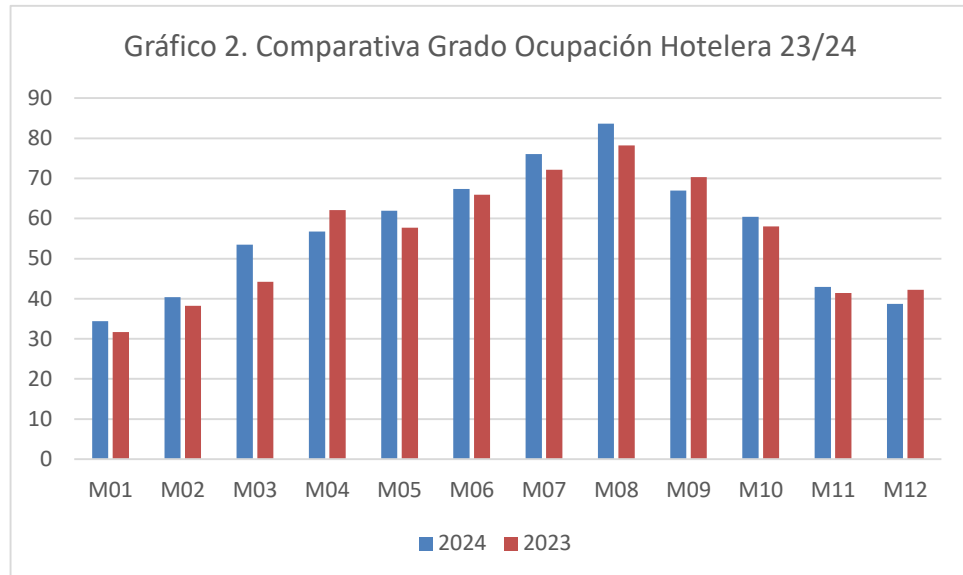
A pesar de los avances registrados en los últimos años en la diversificación temporal de la oferta turística en Santander, la estacionalidad sigue siendo marcada, con una clara concentración de visitantes durante los meses de verano. En julio de 2024, la ocupación hotelera alcanzó el 81,7%, con picos de hasta el 87,4% durante la Semana Grande. (Ayuntamiento de Santander, 2024a).

Sin embargo, durante el resto del año 2024 se registraron cifras significativamente inferiores, tal y como se puede observar en el Gráfico 1, elaborado a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Se registró en el año 2024 un notable ascenso progresivo de la ocupación hotelera desde el mes de marzo, pero registrando cifras muy inferiores a los meses del periodo estival.



Fuente: Elaboración Propia a partir de INE Encuesta de Ocupación Hotelera (2024)

Asimismo, el Gráfico 2, nos muestra la evolución comparativa de la ocupación hotelera con el año 2023, donde se puede apreciar un ligero incremento en el año 2024 durante los meses de mayo y octubre. No obstante, este repunte no logra compensar el acusado descenso de la ocupación hotelera en los meses tradicionalmente considerados de temporada baja: enero, febrero, noviembre y diciembre.



Fuente: Elaboración propia a partir de INE Encuestas ocupación Hotelera (2023, 2024)

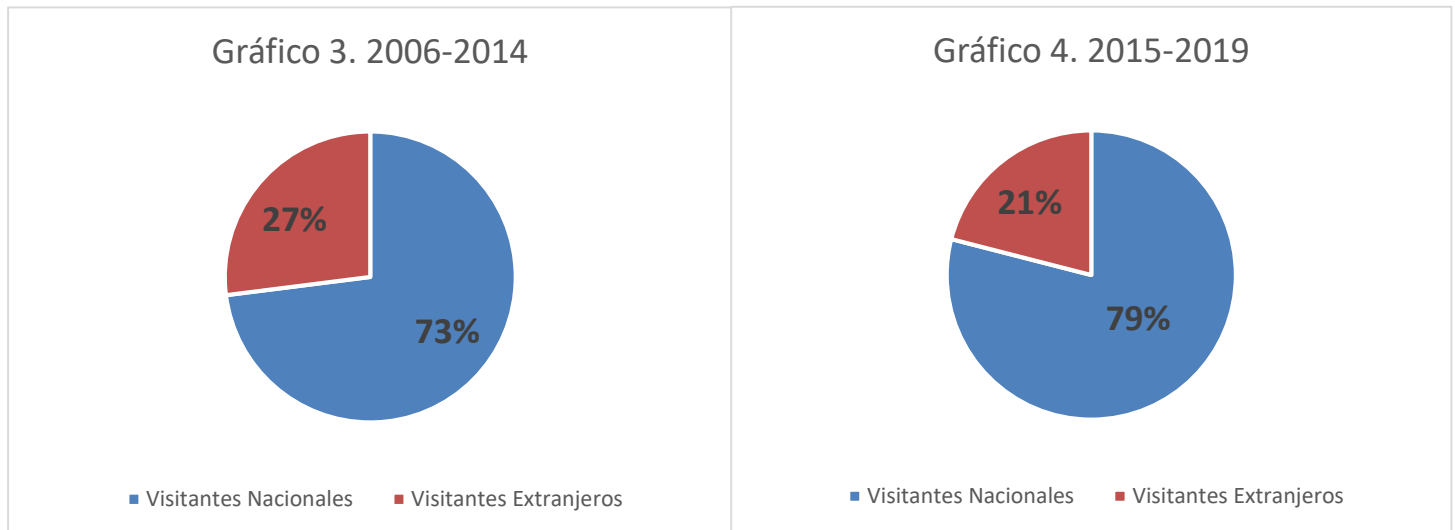
Pese a ello, la ciudad de Santander está logrando distribuir mejor la afluencia de turistas a lo largo del año, alcanzando el mejor índice de desestacionalización de los últimos 15 años, según destacó el concejal de Turismo y Dinamización Social Francisco José Arias en un artículo publicado en la página web del Ayuntamiento de Santander. (Ayuntamiento de Santander, 2024b)

3.2. Evolución del turismo en Santander

3.2.1. Periodo Pre pandemia (2015-2019)

Entre 2015 y 2019, el número anual de turistas en la zona de Santander osciló entre los 1,1 y los 1,3 millones, lo que supone un incremento respecto al periodo anterior del 28,5%, que equivale a 104.000 turistas adicionales. Durante este periodo, la estacionalidad comenzó a atenuarse ligeramente: los turistas nacionales siguieron concentrándose en agosto, mientras que el flujo internacional mostró una distribución más homogénea a lo largo del año, con un ligero descenso interanual.

La procedencia media en este quinquenio fue del 73% turistas nacionales y 27% turistas extranjeros. Como se puede ver en las gráficas 3 y 4, los turistas internacionales han aumentado respecto al periodo anterior en un 6%. También durante este lapso de tiempo se observó que el 52% de los turistas internacionales que eligen Cantabria como lugar para visitar, prefieren Santander frente al resto de la comunidad autónoma.



Fuente: *Elaboración propia a partir de Ayuntamiento de Santander: II Plan de Actuación Turística 2020-2025 (2021)*

En cuanto al origen, los turistas nacionales procedían sobre todo de Madrid (45,3%), Andalucía (43,2%) y Cataluña (43%). Sin embargo, entre los turistas internacionales, se consolidaba la procedencia desde Reino Unido, seguido de América y del resto de países de la Unión Europea. La estancia media fue corta: 2 días para los visitantes nacionales y 2,03 días de media para los internacionales. Durante este periodo se pudo observar un incremento de la estancia media de los turistas internacionales, ya que en el periodo anterior la estancia media era de 1,97 días. Por nacionalidades, los alemanes tuvieron la estancia más prolongada, entre 2,23 y 2,29 días, y los británicos la más corta, con 1,93 días, lo que hace pensar que Santander se utiliza en muchos casos como un destino de paso.

Desde el punto de vista del perfil, el grupo de edad dominante fue el de 25 a 64 años. En términos de gasto, los turistas internacionales desembolsaron de media 60€ por persona al día, y los nacionales 53,10€, cifras que aumentaron en 4€ para los nacionales y un 17% para los internacionales respecto al periodo anterior.

El motivo principal del viaje, tanto para nacionales como para extranjeros, fue ocio y recreo, con cerca del 70% para los primeros y casi el 80% para los segundos. La visita a familiares y amigos es el segundo motivo de viaje para ambos. (Turismo Santander, 2021)

Además, de la evolución general de la demanda turística, el periodo 2015-2019 estuvo marcado por un incremento progresivo en la oferta cultural y musical de Santander, que comenzó a consolidarse como un complemento relevante para la actividad turística estival.

Durante estos años, la ciudad experimentó un crecimiento sostenido en el número de conciertos, ciclos musicales y festivales celebrados principalmente en los meses de verano. Espacios como el Palacio de los Deportes, la Campa de la Magdalena y el Escenario Santander acogieron actuaciones de artistas nacionales e internaciones que contribuyeron a dinamizar la actividad turística. La Semana Grande, en concreto, se consolidó como uno de los principales periodos de concentración de eventos musicales, reuniendo cada año decenas de conciertos gratuitos o de pequeño formato que incrementaban la presencia de visitantes atraídos por la programación festiva.

El aumento progresivo del número y variedad de conciertos y festivales durante este periodo, aunque concentrado en los meses de julio y agosto, contribuyó a incrementar el atractivo turístico del destino durante el verano y generó picos de ocupación hotelera. No obstante, esta misma concentración de los eventos musicales en la temporada alta reforzaba el patrón estacional característico de Santander. La práctica ausencia de conciertos de gran formato o festivales en meses de tradicional poca afluencia turística ha limitado el potencial de estos eventos musicales para desestacionalizar la demanda turística durante este periodo.

3.2.2. Periodo Post pandemia (2022-2024)

Tras la crisis provocada por la pandemia del COVID-19, el turismo en Santander experimentó una recuperación progresiva entre 2022 y 2024, marcada por el retorno de la movilidad internacional, el fortalecimiento del turismo nacional y un aumento del interés por las actividades culturales y eventos musicales. Según Informes de Coyuntura Turística del Ayuntamiento de Santander (2022-2024), la ciudad inició su recuperación durante el año 2022 cuando se registraron 422.196 viajeros alojados, lo que supuso un aumento del 43% respecto al 2021. Las 867.216 pernoctaciones representaron un crecimiento del 37%, tendencias similares a las registradas a nivel estatal según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE (2022).

En la primera fase de la recuperación, el turismo nacional tuvo un papel dominante, representando el 65% del total de los viajeros alojados en la ciudad (Ayuntamiento de Santander, 2022). Esto coincide con el patrón identificado por Butler (1994), quien señala que el turista doméstico actúa como motor estabilizador en contextos post crisis. El predominio inicial del visitante nacional se explica por la preferencia de destinos cercanos y seguros,

tendencia que también destaca Connell y Page (2019) en su análisis sobre el turismo urbano tras periodos de incertidumbre.

Durante 2023, Santander consolidó su recuperación, recibiendo 683.978 turistas, un 17% más que el año anterior. Este incremento se debió en gran medida al regreso del turismo internacional, favorecido por la reactivación de la conectividad aérea con destinos europeos como Reino Unido, Italia o Irlanda. De acuerdo con los datos del INE (EOH, 2023), el turismo extranjero experimentó un crecimiento sostenido en España durante este periodo, tendencia que también benefició a Santander. El retorno del visitante internacional coincidió, además, con un mayor interés por actividades culturales y musicales, una pauta destacada en informes sectoriales como PROMUSICAE (2023) y el Anuario SGAE (2023), que documentan un aumento del consumo de conciertos y espectáculos tras la pandemia.

En 2024, Santander alcanzó cifras históricas en términos de pernoctaciones, superando el millón por primera vez en su historia (Ayuntamiento de Santander, 2024b). Este año, se alojaron en la ciudad 524.052 viajeros, lo que supuso un crecimiento del 11% respecto a 2023 en términos de visitantes hoteleros. Especialmente destacable fue el aumento del 18% del turismo internacional, muy superior al crecimiento del turismo nacional, lo que evidencia una consolidación de Santander como destino urbano y cultural dentro del ámbito europeo.

Pese a esta recuperación, la estacionalidad continúa siendo uno de los principales retos. Los datos del INE (EOH, 2023-2024) muestran que los meses de verano siguen concentrando los niveles más altos de ocupación hotelera, mientras que enero, febrero, noviembre y diciembre continúan presentando cifras significativamente inferiores. Este patrón coincide con los estudios de Rangel y Sánchez Rivero (2018), que señalan que la estacionalidad es especialmente persistente en los destinos urbanos de clima atlántico.

Dentro de este contexto, los eventos musicales han adquirido un papel relevante en la activación turística post pandemia. Informes sectoriales como el de PROMUSICAE (2023) y el Informe APM de la Industria Musical en Vivo (2023) demuestran un crecimiento del 20% en la asistencia a conciertos en España durante 2022 y 2023, con especial impacto en ciudades medianas que utilizan los eventos como recurso de atracción turística fuera de temporada. En el caso de Santander, conciertos celebrados en el Palacio de los Deportes, como los de Manuel Carrasco, Aitana o Vetusta Morla entre 2022 y 2024, generaron picos de demanda en meses tradicionalmente bajos, alineándose con los planteamientos de Getz (2010) sobre el papel de los eventos culturales como herramientas de desestacionalización.

Este interés renovado por la música en directo está además asociado a un cambio en el comportamiento del turista post pandemia. Según, González Fuentes (2024), los visitantes urbanos muestran una creciente preferencia por experiencias culturales y eventos, priorizando la asistencia a conciertos y actividades musicales como motivación principal o complementaria del viaje. Este fenómeno refuerza la idea de que los eventos musicales pueden convertirse en una herramienta estratégica para reducir la estacionalidad turística en Santander, al atraer públicos específicos que realizan estancias de fin de semana o escapadas durante el invierno.



4. CASO DE ÉXITO (BENIDORM FEST)

4.1. Introducción al caso de estudio

Los eventos culturales y musicales están comenzando a consolidarse como herramientas estratégicas para diversificar la oferta turística y atraer a visitantes en temporada baja, reduciendo así la estacionalidad en los destinos de turismo de sol y playa. Estos eventos no solo generan un incremento en la ocupación hotelera, sino que tienen un efecto dinamizador en la economía local. (Getz, 2010)

Un caso paradigmático en España es el Benidorm Fest. Este evento musical se celebra anualmente a finales de enero y principios de febrero, plena temporada baja en la Costa Blanca. Este festival ha logrado en apenas 3 años posicionarse como un atractivo turístico y cultural con repercusión nacional e internacional. Tanto es así, que durante su celebración, la ocupación hotelera en Benidorm alcanzó picos del 89% en establecimientos de 4 estrellas, cifras cuanto menos inusuales para esta época del año. (Hosteltur, 2023)

La elección de este caso de estudio se debe a que su celebración ha permitido a un destino tradicionalmente asociado al turismo de sol y playa, reconvertirse durante unas semanas en un referente de turismo musical y ocio joven. Analizar su impacto puede ser fundamental para extraer lecciones aplicables a otros destinos como Santander, que presentan desafíos similares en cuanto a estacionalidad.

4.2. Descripción del evento

El Benidorm Fest es un evento musical organizado por Radiotelevisión Española (RTVE) en colaboración con la Generalitat Valenciana y el Ayuntamiento de Benidorm. Nació en el año 2022 con el propósito de seleccionar la candidatura española para el Festival de Eurovisión, recuperando el espíritu del antiguo Festival de la Canción de Benidorm (1959-2006). Ya en su momento el Festival de la Canción de Benidorm nació con el objetivo de impulsar el turismo de la localidad de la Costa Blanca. Para crearlo se basaron el festival italiano de San Remo con la intención de que el nuevo evento siguiera los pasos de su homólogo y que convirtiera a Benidorm en un enclave turístico de referencia a la vez que se exportaba música española al resto del mundo. (RTVE, 2021)

Desde su nacimiento el Benidorm Fest se celebra anualmente entre finales de enero y principios de febrero, en el Palau d'Esports L'Illa de Benidorm, con capacidad para unas 3.000 personas por gala y se estructura en tres noches de competición (dos semifinales y una final). Además, con el objetivo de extender la duración y el atractivo del evento se realiza toda una programación paralela a las galas televisadas con zonas de ocio, puntos de encuentro para

fans y zonas de entrevistas para medios de comunicación y profesionales del sector musical. (Ayuntamiento de Benidorm, 2022)

4.3. Impacto turístico y económico

En el presente apartado se analizará el impacto económico y mediático de este festival para la ciudad de Benidorm durante su edición de 2024. La información proviene de un estudio realizado por el profesor Francisco Llopis (Universidad de Alicante) en diciembre de 2024.

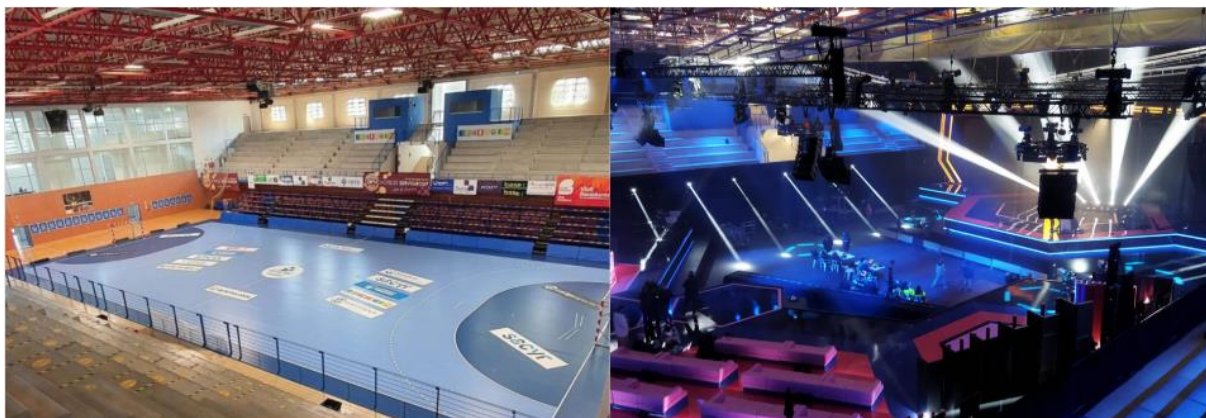


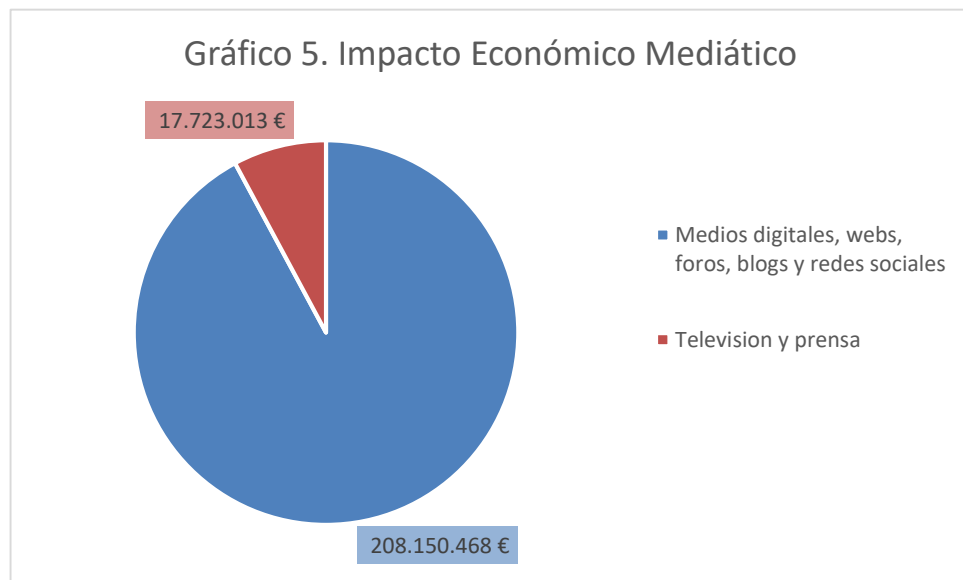
Imagen 2 Comparación del Palau d'Esports L'Illa de Benidorm antes y después del montaje del Benidorm Fest. Fuente: ESC Plus España

Analizando la actividad económica directa generada en la ciudad, el desarrollo del Benidorm Fest 2024 supuso para RTVE un desembolso total de 4,58 millones de euros, obteniendo una financiación parcial de la Generalitat Valenciana de 1,5 millones de euros y otra parte del Ayuntamiento de Benidorm, con un importe de 250.000 euros. A estos recursos se le añaden los ingresos por venta de entradas, que rondaron los 100.000 euros. Todo esto permitió cubrir aproximadamente un 40% de la inversión total. Por otro lado, se estima que el impacto económico global del Benidorm Fest 2024 fue de 7,08 millones de euros, de los cuales 2,5 millones se destinaron a compensar la inversión realizada por las entidades autonómicas y municipales.

Desde el punto de vista del público asistente al evento principal y a las actividades paralelas, el impacto directo generado en la ciudad de Benidorm alcanzó los 2,5 millones de euros, frente a los 1,5 millones generados en la edición de 2023. Este incremento consolida el crecimiento del evento tanto en número de visitantes como en capacidad de gasto, convirtiendo el festival como un motor económico relevante en temporada baja.

Por otra parte, el festival ha tenido un impacto a tener en cuenta en medios digitales, redes sociales, televisión y prensa. Según un informe que realizaron las empresas Atribus y Onclusive y que se refleja en el estudio de la Universidad de Alicante, el impacto mediático total ascendió a los casi 226 millones de euros. Como se puede observar en la siguiente gráfica la mayor

parte de este impacto proviene de los medios digitales, webs, foros, blogs y redes sociales. Dentro de esta categoría cabe destacar que el 54,29% de este impacto proviene de las noticias online, seguido por el 38,28% que proviene de la red social Tiktok, mientras que el resto de plataformas digitales solamente han contribuido con el 7,44%. Este valor también representa un incremento exponencial sobre los 54 millones de euros que se registraron en la edición de 2023.



Fuente: *Elaboración propia a partir Informe de Pedro Zaragoza Orts para la Universidad de Alicante (2024)*

En términos turísticos, más de 1700 turistas se alojaron en la ciudad de Benidorm durante el evento, haciendo un gasto medio diario de 234 euros, mientras que el resto de asistentes a las actividades paralelas, sin pernoctación, gastaron una media de 62 euros diarios. Todo esto hizo que el sector turístico experimentara un aumento de ingresos, más concretamente, el sector hotelero aumentó un 46,97%, la restauración un 39,76% y el transporte un 45,67% respecto al año anterior.

Todo esto ha contribuido a elevar la ocupación hotelera durante periodos normalmente considerados como temporada baja para Benidorm, registrando datos de ocupación superiores al 80% e incluso hoteles completos, normalmente inusuales en los meses en los que se celebra el festival.

En conclusión, los datos analizados reflejan que el Benidorm Fest supone un importante impulso tanto económico como turístico para la ciudad de Benidorm, generando un impacto económico muy significativo al igual que un aumento en la ocupación hotelera y un refuerzo en la imagen de Benidorm como destino cultural. Todo ello evidencia la capacidad del festival

para romper con la estacionalidad turística característica de los destinos de sol y playa. En este sentido, el Benidorm Fest se consolida como un ejemplo de buena práctica turística, cuya estrategia de dinamización mediante eventos musicales podría adaptarse a la ciudad de Santander, favoreciendo su posicionamiento y ayudando a desestacionalizar la demanda turística a través de iniciativas culturales planificadas en los meses de menor afluencia turística.



5. PROPUESTA “SANTANDER SUENA”

En este capítulo se presenta la propuesta final de diseño del evento “Santander Suena”, un festival musical y cultural de cuatro días de duración, concebido para celebrarse a finales del mes de febrero. Tras haber analizado en los capítulos anteriores la situación turística y cultural de la ciudad de Santander, así como el funcionamiento y el impacto del Benidorm Fest como evento de referencia en la desestacionalización turística, se ofrece una propuesta propia que integra dichos aprendizajes y responde a las necesidades detectadas en la ciudad.

5.1. Introducción y justificación del evento.

La propuesta del festival “Santander Suena” surge como respuesta a la necesidad de reforzar la oferta cultural y turística de Santander en temporada baja, un periodo del año en el que la ciudad registra tradicionalmente menores niveles de actividad económica, especialmente en sectores como la hostelería, la restauración y el alojamiento. A diferencia de los meses estivales, en los que Santander concentra la mayor parte de su afluencia turística, los meses invernales presentan una oportunidad estratégica para promover acciones capaces de dinamizar la ciudad sin generar ni saturación ni presión turística excesiva. En este contexto, un festival musical en febrero se plantea como una herramienta capaz de impulsar la desestacionalización, diversificar los públicos y consolidar a Santander como un destino cultural durante todo el año.

El análisis previo realizado en este trabajo ha demostrado que la implementación de eventos culturales puede actuar como motor de revitalización económica en temporada baja. El caso de referencia, Benidorm Fest, desarrollado en el capítulo anterior, evidencia cómo un evento musical bien estructurado y celebrado en un periodo tradicionalmente bajo en afluencia turística puede activar múltiples sectores económicos y turísticos.

Aunque Santander presenta características muy diferentes a Benidorm, el Benidorm Fest ofrece aprendizajes útiles para el diseño del “Santander Suena”. Entre ellos, destacan la necesidad de una programación continua durante varios días, la combinación de artistas consolidados y emergentes, la importancia de reforzar la presencia mediática del evento y la relevancia de la música como elemento articulador del evento. No obstante, esta propuesta se adapta específicamente a la realidad santanderina, evitando replicar un formato incompatible con la estructura urbana o la climatología.

En este sentido, “Santander Suena” se concibe como un festival adaptado a las condiciones de febrero en Santander, priorizando espacios cubiertos y de fácil acceso. La programación se distribuye en tres enclaves principales en la zona del Sardinero: el Palacio de los Deportes de

Santander, el Escenario Santander y el Palacio de Exposiciones y Congresos de Santander. Esta distribución permite concentrar la actividad en zonas cercanas entre sí, fomentando el desplazamiento a pie y evitando la saturación del centro urbano en horarios de máxima actividad laboral.

Asimismo, la propuesta opta por una programación intensiva en horario de tarde y noche, evitando incluir actividades por la mañana. Esta decisión responde tanto al análisis del comportamiento de los residentes, que en días laborales no suele disponer de tiempo para actividades culturales matinales, como a una estrategia orientada a que los visitantes aprovechen las mañanas para recorrer la ciudad, realizar compras o visitar los recursos culturales de la ciudad. De este modo, este festival no solo evita interferir lo máximo posible en el ritmo cotidiano de los habitantes de Santander, sino que intenta favorecer el comercio local y la hostelería.

“Santander Suenas” busca, por tanto, consolidarse como un festival musical atractivo a nivel nacional, capaz de generar pernoctaciones, atraer diferentes perfiles de público y proyectar una imagen moderna, dinámica y culturalmente activa de Santander, pretendiendo convertirse en un elemento clave para reforzar la competitividad turística de la ciudad en un periodo de baja demanda.

5.2. Objetivos del festival “Santander Suenas”

El festival “Santander Suenas” se pretende como una herramienta estratégica para promover la actividad cultural y turística de la ciudad durante la temporada baja. Sus objetivos se estructuran en dos niveles: los objetivos generales, relacionados con la misión del proyecto y los objetivos específicos, relacionados con los impactos concretos que se pretenden alcanzar.

5.2.1. Objetivos generales.

5.2.1.1. Dinamizar la actividad turística de Santander en temporada baja

El festival busca contribuir a la desestacionalización turística mediante la creación de un evento de gran relevancia capaz de atraer visitantes durante la época de menor demanda, incrementando de esta manera la ocupación hotelera y el gasto turístico en la ciudad.

5.2.1.2. Consolidar una oferta cultural atractiva y diferenciada

Se pretende posicionar a Santander como un destino cultural activo durante todo el año, ofreciendo una programación musical diversa, contemporánea y adaptada a diferentes perfiles de público.

5.2.1.3. Impulsar la economía local

La afluencia de público procedente tanto del entorno regional como nacional generará un aumento del consumo en restauración, comercio y servicios complementarios, especialmente durante el fin de semana del festival.

5.2.1.4. Potenciar la imagen de Santander

El festival pretende reforzar la marca cultural de la ciudad, asociándola a un evento de amplia repercusión mediática, similar a lo logrado por el Benidorm Fest en su ámbito.

5.2.1.5. Fomentar la participación y el talento musical emergente

La programación incluye espacios específicamente orientados a dar visibilidad de artistas emergente y locales, con el objetivo de apoyar el desarrollo del tejido cultural y musical de Cantabria.

5.2.2. Objetivos específicos.

5.2.2.1. Incrementar la estancia media y las pernoctaciones en la ciudad

El modelo del festival de cuatro días incentiva que los visitantes prolonguen su estancia, con un impacto directo en el sector hotelero y en los apartamentos turísticos.

5.2.2.2. Diversificar el tipo de público visitante

La variedad de estilos musicales permite atraer a públicos de diferentes edades, niveles de gasto y procedencias.

5.2.2.3. Garantizar una distribución equilibrada de asistentes a lo largo de los cuatro días

El orden estratégico elegido de artistas busca evitar picos excesivos o caídas significativas de aforo, favoreciendo la participación estable diariamente.

5.2.2.4. Reforzar el comercio y hostelería mediante el diseño de horarios adecuados

La ausencia de actividades por las mañanas permite a los visitantes que utilicen ese tiempo para recorrer la ciudad, visitar recursos culturales o consumir en la hostelería local, generando un mayor impacto en el tejido económico local.

5.2.2.5. Promover la movilidad peatonal y la concentración eficiente de espacios

La elección de tres sedes próximas facilita los desplazamientos a pie, reduce la dependencia y saturación de vehículos privados promoviendo el uso del transporte público para desplazarse hasta la zona del Sardinero y evita el colapso del centro urbano en horas laborales.

5.2.2.6. Incentivar la presencia mediática y digital del evento

El cartel compuesto por artistas de primer nivel y por artistas emergentes favorece la difusión del festival en medios nacionales, redes sociales y plataformas especializadas, aumentando la visibilidad de Santander como destino cultural.

5.2.2.7. Ofrecer un entorno seguro, accesible y cómodo en un periodo climatológicamente adverso

El uso de espacios cubiertos, climatizados y adaptados a las condiciones meteorológicas del mes de febrero garantiza la comodidad del público, la sostenibilidad del evento y la continuidad del programa independientemente de las condiciones del clima.

5.3. Concepto general y planteamiento estratégico.

El diseño operativo del festival "Santander Suenas" se estructura a partir de tres decisiones estratégicas fundamentales: la concentración temporal del programa, la distribución funcional de los espacios y la organización de los flujos de público entre las diferentes sedes. Este planteamiento busca garantizar la viabilidad logística del evento, optimizar la experiencia del asistente y maximizar el impacto económico en la ciudad durante un periodo climatológicamente adverso como es el mes de febrero.

En primer lugar, el festival tiene una duración de cuatro días, concentrando todas las actividades en horario de tarde y noche. Este modelo responde a los siguientes criterios operativos: evitar que los actos se solapen con las horas laborales de la población de Santander, reducir la necesidad de una programación matinal en espacios interiores, facilitando una mayor concentración de afluencia en las actividades principales. Además, este esquema permite que los visitantes utilicen las mañanas para recorrer Santander y consumir la oferta comercial y gastronómica, reforzando así el impacto económico indirecto del evento.

En segundo lugar, la estructura espacial del festival se organiza en torno a tres sedes, seleccionadas por su capacidad, accesibilidad y adecuación a las condiciones meteorológicas del invierno. El Palacio de los Deportes de Santander actúa como el espacio central para los conciertos de gran formato, albergando las actuaciones de los artistas principales y sus

teloneros. Su aforo y equipamiento permiten garantizar la calidad técnica el espectáculo y la seguridad del público, como ya ha sucedido en eventos anteriormente realizados. El Escenario Santander es la sede para las actuaciones de artistas emergentes, configurándose como un espacio para descubrir nuevos artistas, orientado a un público joven y dinámico. Finalmente, el Palacio de Exposiciones y Congresos se transforma en el área social de carácter gastronómico a la vez que musical, donde se habilita un espacio interior con food trucks y DJs locales, creando un entorno de encuentro entre las actuaciones emergentes y los conciertos principales.

En tercer lugar, la secuencia operativa de cada jornada está diseñada para facilitar el desplazamiento del público entre las sedes sin congestionar el centro urbano y comercial de la ciudad. Las actividades del Escenario Santander se realizarían a primera hora de la tarde, seguidas del espacio gastronómico-musical del Palacio de Exposiciones en horario de tarde-noche y culminando cada día con los conciertos principales del Palacio de los Deportes. Esta distribución de los horarios favorece un flujo continuo y ordenado, permitiendo que el público pueda participar en varias actividades sin solapamientos, al mismo tiempo que se distribuye la carga de afluencia entre los distintos recintos.

Además, la selección del orden de los artistas principales en cada jornada se ha realizado buscando gestionar la demanda, ubicando a los artistas con mayor capacidad de convocatoria en los días tradicionalmente más débiles (jueves y domingo) para equilibrar la asistencia total del festival. Ese enfoque permite evitar picos extremos de saturación durante el fin de semana buscando tener una asistencia sostenida a lo largo de los cuatro días e intentando optimizar tanto la logística interna del evento como su impacto en la ciudad.

En conjunto, el concepto general de "Santander Suenas" busca una combinación de la programación musical escalonada, sedes cubiertas y próximas entre sí; y una planificación estratégica de flujos convirtiendo al festival en una propuesta viable, sostenible y alineada con los objetivos económicos y culturales planteados para la ciudad durante la temporada baja.

5.4. Programación detallada.

5.4.1. Estructura horaria diaria.

La programación del festival sigue un esquema homogéneo durante los cuatro días, diseñado para optimizar la experiencia del público e intentando garantizar un flujo ordenado entre las diferentes sedes. Esta estructura responde a los principios identificados por Bowen y Daniels (2016), quienes señalan que la secuencia y la organización de actividades influye directamente en la satisfacción de los asistentes y en su permanencia en el evento.

5.4.1.1. Actuaciones en el Escenario Santander (17:00h. – 20:30h.)

El Escenario Santander acoge tres conciertos diarios de artistas emergentes o en consolidación, seleccionados para garantizar la diversidad estilística y ofrecer visibilidad a nuevos talentos. Esta franja funciona como la apertura musical de la jornada, especialmente atractiva para el público joven y para quienes deseen disfrutar de propuestas alternativas antes de los conciertos principales, ya que la presencia de artistas emergentes se alinea con los planteamientos de Leenders (2010), quien subraya que los festivales funcionan como plataformas para la proyección de nuevos talentos, siempre que se integren en una narrativa musical coherente con el conjunto del cartel.



Imagen 3 Escenario Santander. Fuente: Santander Convention Bureau

5.4.1.2. Espacio gastronómico-musical en el Palacio de Exposiciones y Congresos (19:00h. – 23:00h.)

El Palacio de Exposiciones y Congresos se convertirá en un espacio social de carácter gastronómico ambientado con DJs locales. Las food trucks o casetas instaladas en el Salón Sardinero ofrecerán una experiencia culinaria informal y variada, permitiendo que el público disfrute de un área social y relajada antes o después de acudir a los conciertos. Esta franja responde a las conclusiones de Cummings y Warren (2020), que destacan la importancia de generar espacios de “pre-experiencia” que preparen al público y fomenten el consumo.



Imagen 4 Salón Sardinero. Fuente: Palacio de Exposiciones y Congresos de Santander

5.4.1.3. Conciertos principales en el Palacio de los Deportes (21:00h. – 00:00h.)

Cada noche tiene lugar el concierto principal del día del festival, compuesto por un artista telonero y uno que actúe como cabeza de cartel. La selección de artistas responde a criterios de capacidad de convocatoria, diversidad musical y equilibrio generacional. Los conciertos principales concentran el mayor volumen de asistentes, lo cual coincide con los patrones de comportamiento identificados por estudios de turismo de eventos (Getz, 2010; Connell & Page, 2019), que señalan que los espectáculos de gran formato constituyen el “pico emocional” del día y uno de los principales motivadores del desplazamiento turístico.



Imagen 5 Palacio de los Deportes. Fuente: Instituto Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Santander

Esta secuencia horaria está diseñada para que las actividades no se solapen, facilitando que el público pueda participar en varias o incluso en todas las actividades de cada día. Asimismo, el recorrido entre las distintas sedes se puede realizar a pie, permitiendo una movilidad sostenible y evitando la saturación de otras zonas de la ciudad de Santander.

5.4.2. Día 1 – Jueves: Lola Índigo + Marlena.

El primer día del festival se orienta hacia un público joven y dinámico. Diversos estudios sectoriales de PROMUSICAE o de Ticketmaster sitúan a Lola Índigo entre las artistas españolas más escuchadas y con mayor capacidad de arrastre en plataformas digitales, factor clave en la decisión de compra del público más joven.

La elección de Marlena como teloneras se fundamenta en la lógica del “alineamiento estilístico” (Cummings & Warren, 2020), que señala que la coherencia entre telonero y artista principal aumenta la satisfacción del público y favorece una experiencia fluida.

Las actuaciones emergentes programadas en el Escenario Santander se ajustarán al perfil pop-electrónico del día, cumpliendo la función de descubrimiento musical descrita por Leenders (2010).

5.4.3. Día 2 – Viernes: Malú + Álex Ubago.

La segunda jornada del festival se dirige a un público más adulto, con una programación centrada en el pop vocal y las baladas, géneros que según Leenders (2010) suelen atraer audiencias más estables y con mayor disposición al gasto. Malú, con una trayectoria consolidada de más de dos décadas, cumple con el criterio de “reputación acumulada”, que Bowen y Daniels (2016) identifican como uno de los factores más determinantes en la asistencia a los conciertos de pago.

Álex Ubago, como telonero, complementa este perfil gracias a su reconocimiento intergeneracional. La combinación de ambos artistas responde al modelo de “cartel coherente”, definido por Cummings y Warrern (2020) como un factor que incrementa la intención de compra anticipada.

Las propuestas emergentes del día, centradas en cantautores y pop acústico, están alineadas con mantener una identidad estética en cada jornada.

5.4.4. Día 3 – Sábado: Morat + Belén Aguilera.

El sábado es la jornada en la que se espera una mayor afluencia. Según el Anuario SGAE (2023) y los informes de Ticketmaster (2023), Morat es uno de los grupos con mayor venta de entradas en España, lo que los sitúa dentro del perfil de “headliner de alta capacidad de convocatoria” descrito por Cummings y Warren (2020).

La elección de Belén Aguilera como telonera responde al criterio de complementariedad artística: artista emergente con fuerte presencia digital (PROMUSICAE, 2023), muy valorada por el público joven-adulto.

El estilo indie-pop de las actuaciones emergentes encaja con las actuaciones y sigue generando una coherencia estilística cada día.

5.4.5. Día 4 – Domingo: Melendi + Álvaro de Luna.

Durante la última jornada optaremos por un perfil más familiar y multigeneracional, basado en artistas con una fuerte conexión emocional con el público. Melendi figura de manera recurrente entre los artistas con mayor venta de entradas de España (SGAE, 2023), lo cual coincide con la categoría de “artista headliner” con trayectoria consolidada que Leenders (2010) identifica como clave para sostener la demanda incluso en los días menos favorables como el domingo.

Álvaro de Luna, como telonero, aporta frescura y modernidad, respondiendo a la tendencia documentada por Cummings y Warren (2020) de combinar artistas asentados con nuevos talentos para maximizar el atractivo intergeneracional.

La programación emergente de pop-rock y acústico refuerza el discurso musical del día, siguiendo la misma dinámica de los tres días anteriores.

5.5. Impacto previsto en la ciudad de Santander.

El festival "Santander Suená" está concebido como un evento estratégico para la desestacionalización turística, la dinamización económica y la activación cultural de Santander durante uno de los periodos de menos actividad anual. Su diseño compacto, su foco musical y la elección de espacios interiores permiten prever impactos significativos tanto en términos turísticos como en el tejido social y económico de la ciudad.

5.5.1. Impacto turístico y estacionalidad.

El festival tiene un fuerte potencial para atraer visitantes en un mes tradicionalmente marcado por la baja demanda turística. Los estudios de turismo de eventos (Getz, 2010; Connel & Page, 2019) señalan que los festivales de música generan un efecto tractor especialmente elevado cuando se celebran fuera de temporada y cuentan con artistas de amplia notoriedad nacional, como los incluidos en este cartel.

La concentración de conciertos de gran formato y la programación emergente permiten prever una afluencia relevante de público procedente de otras comunidades autónomas, especialmente durante el fin de semana. Esto contribuirá a mejorar los índices de ocupación hotelera y a prolongar la estancia media, ya que el diseño del festival facilita que los visitantes aprovechen las mañanas para recorrer la ciudad. Asimismo, la ubicación de los recintos principales evita la congestión del centro urbano y permite una distribución equilibrada de los flujos turísticos.

5.5.2. Impacto económico en la hostelería, el comercio y la restauración.

El modelo operativo del festival promueve un consumo sostenido en la ciudad a lo largo de las cuatro jornadas. El hecho de que la programación musical comience cada día a media tarde permite que tanto visitantes como residentes utilicen las mañanas y primeras horas de la tarde para comprar, visitar el centro y los recursos culturales o disfrutar de la gastronomía local.

La presencia del espacio gastronómico-musical en el Palacio de Exposiciones y Congresos, con Food trucks y Djs locales, complementa la actividad comercial sin desplazarla. Este espacio no compite con la hostelería tradicional, sino que actúa como un punto de encuentro previo o posterior a las actividades, mientras el resto de locales permanecen activos durante el día

Además, se prevé un incremento significativo en la demanda de transportes públicos, servicios auxiliares y actividad económica en hoteles, bares y comercios próximos a las sedes del

festival, contribuyendo a generar un impacto económico positivo durante un periodo en el que la actividad suele ser reducida.

5.5.3. Impacto cultural y visibilidad de artistas emergentes.

“Santander Suenas” integra de manera estratégica un espacio específico para artistas emergentes y talento joven, alineándose con investigaciones que destacan el papel de los festivales como plataformas de desarrollo artístico (Leenders, 2010). La programación del Escenario Santander permite que nuevos creadores accedan a públicos más amplios y se beneficien de la visibilidad asociada a un evento de gran alcance mediático.

La diversidad estilística de los cuatro días garantiza que diferentes públicos puedan encontrar propuestas afines, contribuyendo a reforzar la oferta cultural de la ciudad.

5.5.4. Impacto social y participación ciudadana.

El festival promueve espacios de convivencia cultural que favorecen la participación de residentes y visitantes. Al situar todas las actividades en recintos cubiertos y próximos entre sí, se facilita la asistencia a públicos diversos, incluyendo familias, jóvenes y adultos de diferentes edades.

Asimismo, el entorno gastronómico-musical del Palacio de Exposiciones actúa como un espacio de sociabilidad accesible, en el que la música ambiental y la oferta culinaria refuerzan la dimensión comunitaria del festival. Este tipo de espacios son fundamentales para ampliar el impacto social de los eventos culturales, ya que permiten la interacción entre públicos con intereses diversos.

5.5.5. Impacto mediático y posicionamiento de Santander como destino musical.

La presencia de artistas de gran repercusión nacional y de propuestas emergentes de interés mediático garantiza una cobertura significativa en prensa, radio, televisión, redes sociales y plataformas de streaming. Esto contribuye a reforzar la marca ciudad, posicionando a Santander como un destino cultural activo incluso en temporada baja.

Asimismo, la coherencia diaria del festival, asociado cada día a un estilo musical y un público concreto, favorece la comunicación y la segmentación en redes sociales. De esta manera, se facilita la creación de campañas específicas para diferentes audiencias y se maximiza la visibilidad del evento a nivel nacional.

5.6. Análisis económico y previsión de gastos

El análisis económico del festival “Santander Suenas” tiene como objetivo determinar su viabilidad financiera y evaluar el equilibrio entre los costes operativos y la capacidad de generación de ingresos. Este apartado se articula en cuatro bloques: la estimación del

presupuesto, la definición de los tipos de entrada y sus efectos, la estrategia de patrocinios y la previsión del impacto económico global.

5.6.1. Estimación y justificación de gastos

5.6.1.1. Caché de artistas

La estimación de los cachés se ha realizado a partir de cifras públicas disponibles en medios de comunicación, portales especializados del sector musical y datos aproximados de conciertos recientes de los propios artistas. Dado que los cachés concretos no suelen hacerse públicos debido a la confidencialidad contractual, las cantidades utilizadas en este proyecto deben entenderse como valores aproximados dentro de los rangos habituales del mercado español. Estas estimaciones son coherentes con los análisis de la industria que señalan que los artistas consolidados pueden representar entre el 40% y el 55% del presupuesto total de un festival (Cummings y Warren, 2020). A partir de una investigación de los cachés aproximados asignados a cada artista se ha estimado que los precios de contratación de los artistas para cada jornada son los siguientes:

- Jueves: Lola Índigo + Marlena: 84.000€
- Viernes: Malú + Álex Ubago: 77.000€
- Sábado: Morat + Belén Aguilera: 72.000€
- Domingo: Melendi + Álvaro de Luna: 175.000€

Importe total del caché de los artistas: 408.000€.

5.6.1.2. Producción técnica

La producción técnica incluye sonido line array¹, iluminación inteligente, pantallas LED, back line², rigging³, personal técnico, montaje y transporte. Empresas españolas líderes en el sector como pueden ser Fluge o Proyect Arte establecen presupuestos para espectáculos de pabellón entre 60.000 y 100.000 € por día, dependiendo del rider⁴ de los artistas.

Al tratarse de conciertos con artistas de primer nivel, se estima un gasto de 63.000€ por día para el Palacio de los Deportes, alcanzando un total de 252.000€. A ello se suman la producción del Escenario Santander, que rondará los 10.000€ y la adaptación técnica del Palacio de

¹ Line array: sistema de audio formado por varios altavoces dispuestos verticalmente que actúan como una única fuente sonora, permitiendo una cobertura uniforme en grandes eventos. Eargle, J. (2012)

² Back line: conjunto de instrumentos musicales y equipos que utilizan los artistas en el escenario y que son proporcionados por la organización del evento. Passman, D. (2019)

³ Rigging: conjunto de técnicas, equipos y estructuras utilizadas para colgar, elevar o suspender elementos como iluminación, sonido y escenografía en un evento. Meyer, D. (2013)

⁴ Rider: documento contractual complementario que detalla los requerimientos técnicos y las necesidades de hospitalidad que un artista exige para realizar su actuación. Allen, P. (2014)

Exposiciones y Congresos para el DJ de cada día y las food trucks, que se aproximaría a los 25.000€. Todo esto hace que se alcance un total en la producción técnica de 287.000€.

Este valor se encuentra dentro del rango habitual indicado por SGAE (2023) y OBS (2023), que sitúan la producción técnica entre el 20% y el 30% del presupuesto total del festival.

5.6.1.3. Personal, seguridad y servicios

El dimensionamiento del personal del festival se ha realizado siguiendo la normativa estatal y autonómica aplicable a espectáculos públicos, así como las recomendaciones técnicas de autoprotección y gestión de eventos. En particular, se han considerado el Reglamento General de Policía de Espectáculos Públicos (Real Decreto 2816/1982), que establece requisitos de seguridad y vigilancia en función del aforo, y la Norma Básica de Autoprotección (Real Decreto 393/2007), que determina la necesidad de disponer de recursos sanitarios y de emergencias adecuados al riesgo. También se han utilizado como referencia las guías técnicas de Protección Civil y documentación profesional del sector.

A partir de estas fuentes, se aplican ratios ampliamente utilizados en la industria para calcular la plantilla necesaria. Para seguridad se suele emplear un ratio aproximado de 1 vigilante por cada 200-250 asistentes, complementado con auxiliares de apoyo y control de accesos. En cuanto al dispositivo sanitario, la normativa aconseja la presencia mínima de una ambulancia asistencial con personal acreditado y un punto sanitario fijo para eventos de riesgo.

Los equipos de producción y técnicos se dimensionan en función de la complejidad del evento. En este caso, el festival cuenta con dos escenarios no simultáneos, lo que permite la rotación parcial del personal técnico, aunque manteniendo recursos suficientes para cubrir ambos. Por tanto, dependiendo de las exigencias de pruebas de sonido y cambios de iluminación y equipos solicitados por cada artista harán falta alrededor de entre 10 y 20 personas de producción y entre 12 y 20 técnicos. También se ha de tener en cuenta los equipos de montaje y desmontaje, limpieza, atención a los asistentes y control de acreditaciones. Por tanto, se estima que para el caso concreto del "Santander Suena", harán falta en torno a 100-110 trabajadores, cifra que cubre los requisitos mínimos establecidos por la normativa vigente.

Para estimar el coste del personal necesario para la celebración del festival, se han utilizado como referencia los convenios colectivos y tarifas oficiales correspondientes a cada categoría profesional. En primer lugar, para el personal de apoyo (limpieza, taquilla, acreditaciones y apoyo logístico), se ha tomado como base el Convenio de Hostelería de Cantabria, cuyas tablas salariales vigentes para 2025 establecen una retribución mínima mensual de 1.184€ para estas categorías (Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria, 2025). Al prorratear dicha

cuantía, el coste diario estimado por empleado es de aproximadamente 40€, por lo que, considerando la necesidad de alrededor 50 trabajadores, el coste total para este grupo asciende a unos 8.000€.

En el caso de la seguridad privada, y siguiendo el criterio habitual del sector que establece un ratio aproximado de un vigilante por cada 200-250 asistentes, se estima que para un aforo máximo de 6.000 personas son necesarios en torno a 30 vigilantes. De acuerdo con el Convenio colectivo estatal de empresas de seguridad, el salario base mensual para un vigilante es de 1.301€ (Comisiones Obreras, 2024), lo que se traduce en un coste diario de 44€ por trabajador. En consecuencia, el coste total del servicio de seguridad se sitúa en torno a 5.300€.

Respecto al personal sanitario, para un evento de las dimensiones del "Santander Suená" es necesario disponer un puesto sanitario fijo y un equipo de ambulancia. Según las tarifas de la empresa especializada Asistencia Médica Integral, el coste de una ambulancia junto con el personal necesario para el puesto fijo es de 175€/hora. Considerando una operativa diaria de aproximadamente 10 horas durante los cuatro días de festival, el coste total del dispositivo sanitario asciende a unos 7.000€.

Para el personal técnico (sonido, iluminación y audiovisuales), se han utilizado las referencias salariales del Convenio colectivo estatal de la industria de producción audiovisual, que establece una retribución mensual aproximada de 1.650€ para perfiles técnicos medios (Ministerio de Trabajo y Economía Social, 2025). Ello supone un coste diario de unos 55€ por técnico. Dado que se estima la participación de entre 14 y 18 técnicos, el coste total se sitúa alrededor de 3.600€.

En conjunto, la suma de las categorías anteriores arroja un coste salarial aproximado de 22.300€. No obstante, a esta cifra debe añadirse el impacto de las cotizaciones empresariales a la Seguridad Social, que representan aproximadamente un 30% del salario bruto en España. Por tanto, el coste real total aproximado del personal necesario para la celebración del festival asciende a 29.500€.

5.6.1.4. Alquileres, licencias y seguros

Las licencias SGAE se han estimado en 40.000€, tomando como referencia las tarifas oficiales publicadas por la entidad, que sitúan el canon entre 7% y el 10% de la recaudación bruta de la taquilla en espectáculos musicales de pago (SGAE, 2022). No obstante, para festivales de varios días, SGAE aplica frecuentemente acuerdos específicos y tarifas globales negociadas con los organizadores, lo que en eventos de aforo medio (entre 4.000 y 8.000 personas por

jornada) se traduce habitualmente en importes totales entre 30.000€ y 50.000€. Por ello, la cifra estimada resulta coherente.

El seguro de responsabilidad civil obligatorio para eventos de más de 5.000 asistentes se ha estimado en 12.000€. Según compañías aseguradoras especializadas como AXA o AON, los costes de cobertura para estos eventos suelen seguir un rango típico de entre 0.15€ y 0.25€ por asistente y día, sin contar con las coberturas adicionales de montaje, escenarios y proveedores. Por tanto, el coste medio suele estar entre los 10.000€ y los 20.000 euros, dependiendo del nivel de riesgo, por lo que la cifra seleccionada se ajusta a estas tarifas de mercado.

Por otro lado, en cuanto al alquiler de los espacios municipales necesarios para la celebración del festival, se han utilizado tarifas oficiales publicadas por el Ayuntamiento de Santander. El Palacio de los Deportes tiene un coste diario de 3.500€ al que hay que sumar los precios para el montaje y desmontaje que ascienden a 1.750€ diarios. Por tanto, el coste total asciende a 17.500€. El Palacio de Exposiciones y Congresos por su parte tiene un coste de 22.300€ en total incluyendo los 4.460€ diarios de alquiler y la tarifa de montaje y desmontaje que asciende a 2.230€ al día. Finalmente el coste del Escenario Santander, se ha estimado en 7.500€, tomando como referencia los precios mencionados en medios especializados, al no existir una tarifa oficial pública.

Por tanto, la cifra total asciende a los 99.300 euros, dentro de valores de referencia del mercado.

5.6.1.5. Marketing y comunicación

El informe de Ticketmaster "State of Play" (2022) indica que los festivales medianos y grandes destinan entre el 3% y el 6% de su presupuesto a marketing, incluyendo campañas digitales, publicidad exterior, diseño gráfico y producción audiovisual.

Asignar unos 44.000€ a esta partida representa un 4,4% del presupuesto, totalmente alineado con las recomendaciones sectoriales y suficiente para una campaña nacional en redes sociales, medios especializados y publicidad urbana en Santander.

5.6.1.6. Espacio gastronómico y Djs

La creación del espacio gastronómico interior implica gastos de infraestructura, electricidad, logística y mobiliario, que se estiman en 30.000€, cifra que se ajusta a los rangos habituales de costes para zonas gastronómicas y feriales interiores. Según proveedores como IFEMA o Global

Exhibitions, el montaje de áreas gastronómicas interiores oscila entre los 20.000 y los 40.000 euros.

En cuanto a los DJs locales que dinamizarán este espacio percibirán un total de 3.200€, por una actuación cada día, durante 4 días. La Asociación de DJs Profesionales de España establece tarifas orientativas entre 400€ y 800€ por sesión, mientras que las recomendaciones del Ministerio de Cultura sitúan la remuneración entre los 300 y los 900 euros por actuación. Por tanto, la dotación prevista es de 800€ por sesión.

El coste global del espacio gastronómico asciende así a los 33.200€.

5.6.1.7. Contingencias

OBS (2023) recomienda que entre un 8% y un 12% del presupuesto total se reserve para los posibles imprevistos, sobre todo en eventos culturales con una programación compleja. Por ello, se reserva una partida de 100.000€, que equivale al 10% del presupuesto operativo, lo que sitúa esta previsión dentro del rango óptimo.

El presupuesto global del festival "Santander Suená" asciende a 1.020.000€, siendo el resultado de una estructura de gastos coherente con los estándares de la industria musical en vivo en España y ajustada a los requerimientos técnicos y artísticos de un evento de esta envergadura.

5.6.2. Estrategia de ingresos y modelo de ticketing⁵

La definición del sistema de precios es un componente esencial para garantizar la sostenibilidad económica del festival "Santander Suená" y, al mismo tiempo, mantener una política accesible que favorezca la participación tanto del público local como del visitante. Para este festival se ha optado por un sistema mixto de tarificación combinando precios diarios diferenciados según el artista principal y su telonero, y abonos generales para las cuatro jornadas. Esta combinación permite equilibrar la optimización de ingresos con la flexibilidad necesaria para atraer distintos perfiles de asistentes con el fomento de la asistencia al festival completo.

El criterio principal para establecer los precios diarios se basa en la demanda potencial de cada uno de los artistas principales, así, se asignan precios distintos en función de la previsión de asistencia, el peso comercial del artista y la intensidad de la competencia en cada jornada.

⁵ Ticketing: sistema de gestión, distribución y venta de entradas para eventos, que incluye plataformas digitales, control de accesos, modelos tarifarios y análisis de la demanda. Getz, D. & Page, S. J. (2016)

En este sentido, el jueves, encabezado por Lola Índigo, presenta una demanda elevada pero moderada en comparación con el fin de semana, por lo que se establece un precio de 52€, incentivando así la asistencia en la primera jornada del festival. El viernes, con Malú como artista principal, se sitúa en un nivel intermedio de atractivo, consolidado, pero sin alcanzar grandes picos. Por tanto, el precio asignado es de 56€. El sábado, protagonizado por Morat, es previsiblemente el día de mayor afluencia debido al alcance internacional del grupo y su posición dominante en ventas y reproducciones digitales en España, lo que justifica un precio superior, 68€. Por último, el domingo, con Melendi, se plantea un precio de 59€, equilibrando la gran capacidad de convocatoria del artista y la necesidad de mantener un incentivo para cerrar la programación con una asistencia sólida.

La elección de esta estructura permite distribuir de manera más homogénea los flujos de público y evita la saturación exclusiva del sábado, manteniendo la asistencia media entre los 4.500 y los 6.000 asistentes diarios. A su vez, la variación tarifaria se ajusta a las recomendaciones del sector, que señalan que el público percibe como razonable una diferencia de precio cuando está vinculada al prestigio o popularidad del artista (Ticketmaster, 2023).

Junto a las entradas diarias, el festival incorpora un sistema de abonos, concebido para fomentar la asistencia a los cuatro días del festival y garantizar ingresos anticipados. El abono general para los cuatro días rondaría los 185€, lo que supone una reducción significativa respecto al precio total de comprar las cuatro entradas por separado, que ascendería a los 255€. Esta diferencia responde a dos objetivos: incentivar estancias más prolongadas en la ciudad y asegurar una base de asistentes estable para todas las jornadas. Asimismo, estará disponible un abono Premium por 255€, que incluye acceso preferente y beneficios adicionales, alineado con las tendencias actuales de mercado, donde las experiencias superiores representan un porcentaje creciente de los ingresos de festivales (OBS Business School, 2023).

5.6.3. Entradas para artistas emergentes

Además, de los conciertos principales del Palacio de los Deportes, el festival incorpora una programación diaria dedicada a artistas emergentes en el Escenario Santander, cuyo acceso sería de pago simbólico, con el objetivo de mantener el compromiso del público y la sostenibilidad económica. Se establece un precio de 5€ por concierto o 10€ por un bono diario que permita asistir a todas las actuaciones programadas cada tarde.

La decisión de aplicar un coste reducido responde a dos factores: evitar la ocupación ficticia de aforo, garantizando que la asistencia corresponda a un público realmente interesado, tal como señalan estudios sobre el comportamiento del consumidor en espectáculos culturales de

pequeño formato (Leenders, 2010); y, en segundo lugar, permite cubrir parte de los costes técnicos del escenario sin suponer una barrera económica para el público joven.

Podemos estimar una media de 1.000 asistentes diarios, lo que generaría unos ingresos medios totales de 20.000 durante el festival. Esta cifra representa una parte reducida de los ingresos totales, pero contribuye a mantener la coherencia del festival.

En términos estratégicos, el pago simbólico consolida el posicionamiento del festival como un espacio que promueve el talento emergente, fomentando la creación de comunidad cultural y ofreciendo oportunidades de visibilidad a artistas locales y nacionales.

5.6.4. Patrocinios

Los patrocinios constituyen un elemento clave para la sostenibilidad económica del festival "Santander Suená", ya que permiten reducir la dependencia de los ingresos por venta de entradas y aportan visibilidad y profesionalidad al evento. Según Getz (2010) y Connell y Page (2019), la colaboración con marcas es fundamental para reforzar la imagen de viabilidad de los eventos culturales, especialmente en aquellos que buscan consolidarse a medio plazo.

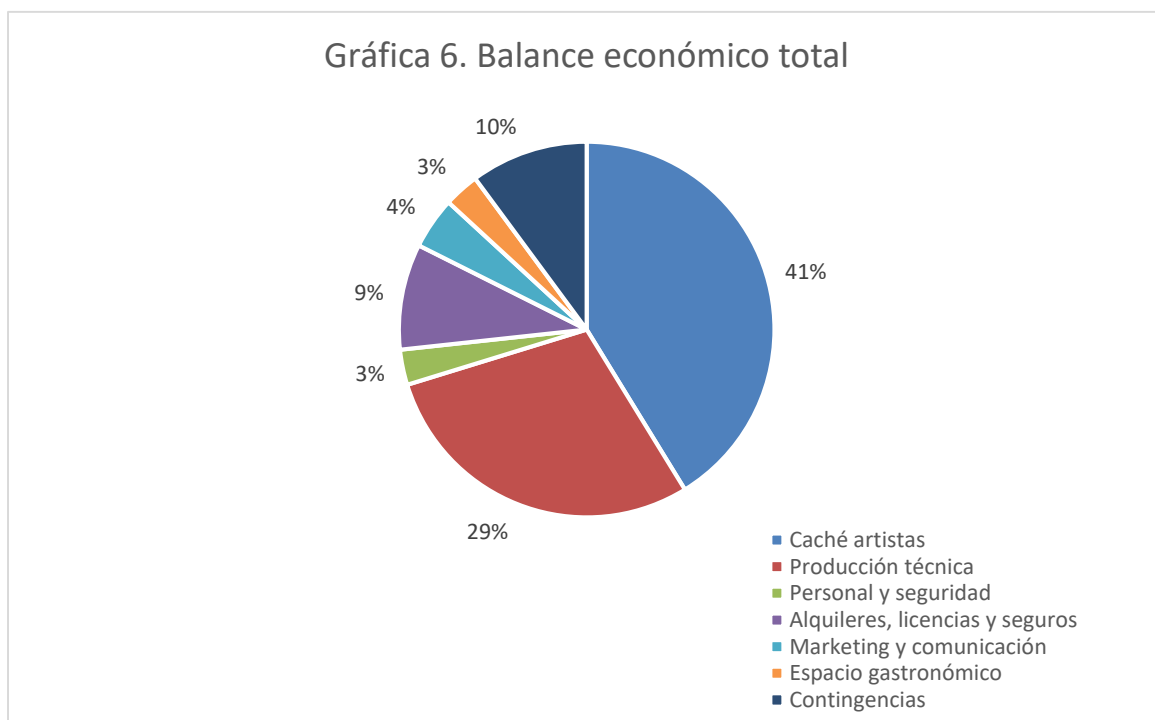
Para este festival se propone una estructura de tres niveles de patrocinio: principal, oficial y colaborador. Esta estructura facilita la participación de empresas de diferentes tamaños y garantiza la financiación diversificada. En el nivel de patrocinador principal se incluyen marcas con una fuerte presencia en eventos musicales y alta capacidad inversora, como Ron Negrita, Coca-Cola o instituciones locales y regionales, cuya aportación estimada podría ser de entre 60.000€ y 120.000€. Estos patrocinadores obtendrían una máxima visibilidad en los conciertos de gran formato y presencia destacada en todas las comunicaciones oficiales.

Los patrocinadores oficiales, harían aportaciones de entre 15.000€ y 40.000€. Podrían participar empresas como Spotify o El Corte Inglés, pudiendo aportar tanto valor económico como en especie, reduciendo así costes operativos. Finalmente, el nivel de patrocinadores colaboradores, con aportaciones de entre 3.000€ y 10.000€, permitiría la integración de pequeñas empresas regionales, reforzando de esta manera el vínculo del festival con la ciudad de Santander.

Con todo esto, los patrocinios podrían generar entre 250.000€ y 400.000€, cifras parecidas a otros eventos españoles de tamaño similar.

5.6.5. Balance económico final

El análisis global de la estructura presupuestaria del festival "Santander Suena" confirma su viabilidad económica y su coherencia con los modelos de referencia en la industria musical.



Fuente: Elaboración propia a partir de presupuesto

El presupuesto total del festival asciende al 1.020.000€ cuya distribución porcentual como se muestra en la gráfica 6, indica que el caché de los artistas representa el 40,75% del presupuesto total, seguido por la producción técnica que supone un 28,67%, el personal y la seguridad responde a un 3%, y los alquileres, licencias y seguros concentran alrededor de un 9%. Por su parte, el área de marketing y comunicación absorbe cerca de un 4,4%, mientras que el espacio gastronómico ronda el 3%. Finalmente, la partida destinada a las posibles contingencias representa un 10% y garantiza la estabilidad operativa ante los imprevistos.

En el plano de los ingresos, el sistema de precios adoptado constituye la principal fuente de financiación, generando aproximadamente entre el 65 y el 70% de los ingresos totales. A ello se suman los ingresos obtenidos de la venta de entradas de los conciertos de artistas emergentes y los patrocinios que son responsables de entre un 25% y un 30% de la financiación.

El resultado global del análisis muestra que el conjunto de ingresos superaría el presupuesto total, permitiendo alcanzar un superávit moderado que garantiza la solidez financiera del festival. Todo ello demuestra que el festival no solo es sostenible, sino que es capaz de generar un margen positivo que podría reinvertirse en futuras ediciones. Este resultado confirma que

“Santander Suenas” tiene capacidad de convertirse en un evento estratégico para la desestacionalización turística y la dinamización cultural de Santander.

6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS/RECOMENDACIONES

El análisis realizado en este Trabajo de Fin de Grado demuestra que los eventos musicales constituyen una herramienta eficaz para contribuir a la desestacionalización turística en la ciudad de Santander. A lo largo del estudio se ha podido comprobar que la demanda turística del municipio continúa presentando una marcada concentración en los meses estivales, mientras que durante el invierno la actividad disminuye notablemente, afectando al conjunto del sector turístico y comercial. Esta situación evidencia la necesidad de implementar estrategias capaces de redistribuir los flujos de visitantes y dinamizar la economía local en los meses de menor afluencia.

A partir de la revisión histórica y del análisis de la evolución del turismo en la ciudad, se constata que Santander cuenta con una estructura cultural consolidada, pero insuficientemente distribuida a lo largo del año. En este contexto, el estudio del Benidorm Fest se ha revelado como un ejemplo de referencia clara: un evento musical bien planificado, celebrado en temporada baja y respaldado por una estrategia mediática sólida puede generar impactos económicos, sociales y turísticos significativamente positivos. Su capacidad de aumentar la ocupación hotelera, dinamizar la hostelería y atraer medios nacionales e internacionales demuestra que un festival de estas características puede convertirse en un motor de revitalización urbana en temporada baja.

A partir de este aprendizaje, la propuesta del festival “Santander Suenas” se ha diseñado como un proyecto viable, coherente con las necesidades de la ciudad y alineado con los patrones de consumo cultural actuales. Su estructura de cuatro días, la combinación de artistas consolidados y emergentes, la elección de recintos cubiertos y adecuados al clima invernal y la planificación horaria orientada a favorecer el comercio y la movilidad sostenible permiten concluir que se trata de un modelo con un elevado potencial para dinamizar la ciudad a finales de febrero.

El análisis económico confirma asimismo que el festival es financieramente viable, con una estructura de gastos ajustada a los estándares del sector y una previsión de ingresos que permitiría no solo cubrir los costes, sino también generar un margen positivo. Este resultado refuerza la idea de que un evento musical de estas características no solo es beneficioso en términos turísticos y socioculturales, sino también sostenible en el plano económico.

En conjunto, las conclusiones de presente trabajo evidencian que los eventos musicales pueden convertirse en una estrategia fundamental para avanzar en la desestacionalización turística de Santander. Si se planifican adecuadamente y se integran en una visión cultural más amplia, estos eventos poseen la capacidad de proyectar una imagen activa de la ciudad, atraer nuevos públicos, generar retorno económico y consolidar a Santander como un destino cultural atractivo también en los meses de invierno. El festival "Santander Suena", tal y como se ha diseñado, constituye una propuesta sólida que podría contribuir de manera significativa a este objetivo.

7. ÍNDICE DE IMÁGENES/GRÁFICOS/TABLAS

Gráfico 1. Grado de Ocupación Hotelera 2024	14
Gráfico 2. Comparativa Grado de Ocupación Hotelera 23/24	15
Gráfico 3. 2006- 2014	16
Gráfico 4. 2015 - 2019.....	15
Gráfico 5. Impacto económico mediático.....	22
Gráfico 6. Balance económico total	41
Imagen 1. Teatro Principal de Santander. Fuente: El Diario Montañés	9
Imagen 2 Comparación del Palau d'Esports L'Illa de Benidorm antes y después del montaje del Benidorm Fest. Fuente: ESC PLus España	21
Imagen 3 Escenario Santander. Fuente: Santander Convention Bureau	29
Imagen 4 Salón Sardinero. Fuente: Palacio de Exposiciones y Congresos de Santander	29
Imagen 5 Palacio de los Deportes. Fuente: Instituto Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Santander.....	30

8. REFERENCIAS

8.1. BIBLIOGRAFÍA

Allen, P. (2014). *Artist Management for the Music Business* (3rd ed.). Routledge.

Bowen, H., & Daniels, M. J. (2016). *Festival attendance and the influence of artist lineup*. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1084–1097.

- Butler, R. W. (1994). *Seasonality in tourism: Issues and problems*. The Tourist Review, 49(4), 5-8.
- Connell, J., & Page, S. J. (2019). *Tourism, events and the cultural economy*. Tourism Management, 74, 1-11.
- Cortizo, M. E. (2004). *La zarzuela: del teatro de la ópera al teatro musical popular*. Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).
- Cummings, J., & Warren, S. (2020). *Headliners and consumer decision-making in music festivals*. Event Management, 24(1), 45-60.
- Eargle, J. (2012). *The Loudspeaker Handbook* (2nd ed.). Springer.
- Estrada, M., Sotos, J., & Monferrer, D. (2015). *Los Festivales Musicales como Experiencia Turística: Una Aproximación Teórica*. International Journal of Marketing, Communication and New Media, 3(4), 43-66.
- Fernández de la Cuesta, I. (1999). *La música en la historia de España*. Alianza Editorial.
- Ferrer Cayón, J. (2021). *El Festival Internacional de Santander (1932-1958)*. Instituto de Física de Cantabria / UIMP.
- Galindo García, Z. M. (2023, noviembre). *Historia de los Cafés Cantantes (s. XIX/XX)*. Congreso NODOS 2023.
- Getz, D. (2010). *The nature and scope of event tourism*. Tourism Recreation Research, 35(2), 119-131.
- Getz, D. (2010). *The nature and scope of festival studies*. International Journal of Event Management Research, 5(1), 1-47.
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events* (3rd ed.).
- González Fuentes, A. (2024). *Impacto económico y social de los festivales culturales* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid].
- Leenders, M. A. A. M. (2010). *Reputation and demand for performing artists*. Journal of Cultural Economics, 34(2), 107-119.
- Mejías Martínez, G., & Gutiérrez Iturralde, I. (2025). *The music festival as a tourist attraction*. Street Art & Urban Creativity, 11(4), 49-62

Meyer, D. (2013). *Entertainment Rigging for the 21st Century*. Yale University Press / Entertainment Services and Technology Association (ESTA).

Passman, D. (2019). *All You Need to Know About the Music Business* (10th ed.). Simon & Schuster.

Rodríguez Rangel, C., & Sánchez Rivero, M. (2018). *Estudio de la estacionalidad a nivel de microterritorios: El caso de Extremadura*. Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas, (18), 98-120.

Siles, D., García-Sánchez, A., & Vázquez-Méndez, M. (2024). *Social sustainability in music festivals: The case of Rock Imperium*. International Journal of Social Sustainability in Economic, Social and Cultural Context, 20(1), 83–100.

8.2. WEBGRAFÍA

AON. (2022). *Event insurance: Soluciones de seguros para eventos*

APRODJ. (2023). *Tarifas orientativas para DJs profesionales*.

Asistencia Médica Integral. (2024). *Servicios sanitarios para eventos*.

Asociación de Promotores Musicales (APM). (2023). *Informe APM de la industria de la música en vivo 2023*.

Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria. (2025). *Tablas salariales 2025 del Convenio de Hostelería de Cantabria*.

AXA. (2023). *Seguro de responsabilidad civil para empresas y espectáculos*.

Ayuntamiento de Benidorm. (2022). *Convenio de colaboración para la celebración del Benidorm Fest 2022*.

Ayuntamiento de Bilbao – Bilbao Arena. (2022). *Protocolos operativos y ratios de seguridad para eventos masivos*.

Ayuntamiento de Santander. (2021). *II Plan de Actuación Turística 2020-2025*.

Ayuntamiento de Santander. (2022–2024). *Informes de Coyuntura Turística de la Ciudad de Santander (2022, 2023 y 2024)*.

Ayuntamiento de Santander. (2023). *Tarifas de uso del Palacio de Exposiciones*.

Ayuntamiento de Santander. (2024a). *Santander cierra julio con una ocupación superior al 80 % y cercana al 90 % durante la Semana Grande*.

Ayuntamiento de Santander. (2024b). *Santander marca un récord histórico con más de un millón de pernoctaciones hoteleras durante el año 2024.*

Ayuntamiento de Santander. (s.f.). *Historia de Santander.*

Barrado-Timón, D. A., & Hidalgo-Giralt, C. (2009). *Turismo y espacio urbano: Dinámicas, conflictos y políticas en ciudades turísticas españolas.* Revista de Geografía Norte Grande, (44), 89-106.

Cadena SER Cantabria. (2025, febrero 11). *El Reggaeton Beach Festival volverá a celebrarse en Santander en 2025.*

Carreras, J. J. (2009). *Historia de la música en España e Hispanoamérica. Vol. 2.* Fondo de Cultura Económica.

Comisiones Obreras. (2024). *Convenio Colectivo Estatal de las Empresas de Seguridad.*

Europa Press. (2025). *70.000 personas asistirán a los conciertos de la Semana Grande de Santander, un 35% de otras CCAA.* Europa Press.

Escuela Superior de Música Reina Sofía. (2023). *Encuentro de Música y Academia de Santander.*

Festival Internacional de Santander. (2023). *Historia y programación del FIS.*

Fluge Audiovisuales. (2022). *Portfolio de servicios y tarifas para eventos.*

Global Exhibitions. (2022). *Servicios de montaje ferial y gastronómico.*

Hosteltur. (2023, 30 de enero). *Benidorm Fest impulsa la ocupación hotelera en enero.*

IFEMA Madrid. (2023). *Tarifas de servicios feriales.*

Instituto Municipal de Deportes de Santander. (2019). *Tarifas de utilización del Palacio de los Deportes.*

LOS40. (2023). *Ranking anual de artistas más escuchados en España.*

Madrid Destino – WiZink Center. (2022). *Estándares operativos y logísticos para eventos de gran formato.*

Mapfre. (2023). *Seguro para eventos y espectáculos.*

Ministerio de Cultura y Deporte de España. (2023). *Información sobre contratación artística.*

Ministerio de Trabajo y Economía Social. (2025). *Convenio colectivo estatal de la industria de producción audiovisual (BOE-A-2025-18060).*

- OBS Business School. (2023). *La industria de la música en vivo en España: Tendencias y evolución*.
- PRG España. (2022). *Servicios técnicos profesionales para espectáculos en directo*.
- Promoters Music Association. (2023). *Live Music Attendance Trends in Spain*.
- PROMUSICAE. (2023). *Informe anual de la industria musical en España*.
- Protección Civil. (s.f.). *Guías técnicas de autoprotección y gestión de emergencias en eventos multitudinarios*.
- Real Decreto 2816/1982, de 27 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento General de Policía de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas. (1982). *Boletín Oficial del Estado*.
- Real Decreto 393/2007, de 23 de marzo, por el que se aprueba la Norma Básica de Autoprotección. (2007). *Boletín Oficial del Estado*.
- RTVE. (2021). *Eurovision 2022: El Festival de Benidorm*.
- Santander Music. (2025). *Información general y programación*.
- SGAE. (2022). *Tarifas de música: Espectáculos y conciertos* (PDF).
- SGAE. (2023). *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*.
- Spotify Charts España. (2023). *Top Artistas del Año*.
- Ticketmaster. (2022). *State of Play: Music Report 2022*.
- Ticketmaster. (2023). *State of Play: Music Report 2023*.
- Universidad de Alicante. (2024). *Memoria de actividades 2024: Cátedra de Estudios Turísticos Pedro Zaragoza Orts*.