



ANUARIO 2025 DE LA MÚSICA EN LA COMUNITAT VALENCIANA

EL ECOSISTEMA MUSICAL
VALENCIANO TRAS LA DANA



ANUARIO 2025 DE LA MÚSICA EN LA COMUNITAT VALENCIANA

EL ECOSISTEMA MUSICAL
VALENCIANO TRAS LA DANA

Institut Valencià
de Cultura (IVC)
www.ivc.gva.es

Dirección General del
Institut Valencià de
Cultura
Álvaro López-Jamar

Dirección Adjunta de
Música y Cultura Popular
Valenciana del Institut
Valencià de Cultura
Beatriz Traver

Diseño del proyecto
Valencian Music Office

Dirección editorial
Armand Llacer

Equipo investigador
del estudio de impacto
económico (Ivie)
José Manuel Pastor y
Eva Benages

Edición y documentación
del estudio de impacto
económico (Ivie)
Susana Sabater y Belén
Miravalles

Coordinación editorial
Vicent Alberola, Ramir Calvo
y May Ibáñez

Diseño y
maquetación
Estiu

Corrección y edición
de textos
Ramir Calvo

Comunicación
Saül Gallego

Administración
Amparo Arias

ANUARIO 2025 DE LA MÚSICA EN LA COMUNITAT VALENCIANA

Una publicación del Institut Valencià de Cultura en colaboración
con la Federación Valenciana de la Industria Musical (FEVIM)

Han colaborado

Sergi Almiñana, Neus Aulló, José Ayelo, Fani Blanch, Francisco Blanco «Latino», Fran Bordonado, Soco Collado, Nacho Córdoba, Alvaro Devís, Joanvi Diez, María Durán, Sonia Durán, Ana Gómez, Daniela González, Jesús Iglesias, Lena Ingwersen, Rafa Jordan, Iván Labarta, Juan Enrique León, Vicent Llimerá, Antonio López, Joan G. Maria, Toñi Mascarell, Lorenzo Melero, Daniel Molina, Raquel Molina, Enrique Monfort, Sara Monzonís, José Luis Moreno, Ana Noguera, Alicia Padilla, Carmen Pérez, Nieves Pascual, David Pastor, Carlos Pérez de Ziriza, Juan D. Sanchis, Louise J. Sansom, Víctor Sendra, Paula Simó, Juanjo Talaván, Raquel Tendero, Juan P. Valero, Iñaki Villagrá, Isaac Vivero.

Federación Valenciana de
la Industria Musical (FEVIM)
www.fevim.org

Valencian Music Office
www.valencianmusicoffice.com

Asociaciones que forman la FEVIM

Asociación de Promotores
Musicales de la Comunitat
Valenciana (MusicaProCV)
www.musicaprocv.com

Valencian Music
Association (VAM!)
www.valencianmusic.com

Asociación Valenciana
de Salas de Música en
Directo En Viu!
www.enviu.es

Asociación de
Promotores de Festivales
de la Comunitat
Valenciana (PROMFEST)
www.promfest.org

Impresión
Mare Nostrum Gráficas

ÍNDICE

| | | | | | | | |
|---|------------|--|-----|--|-----|--|-----|
| PRESENTACIONES | 9 | Eva Benages, Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) | 113 | Francisco Blanco «Latino», Sedajazz | 156 | Raquel Molina, Sala Euterpe (Sant Joan d'Alacant) | 188 |
| Carmen Ortí, consellera de Educación, Cultura y Universidades de la Generalitat Valenciana | 10 | Soco Collado, Federación de la Música de España EsMúsica | 116 | Juan Diego Sanchis, El Mico Entertainment | 158 | Antonio López, Marearock (Alicante) | 190 |
| Álvaro López Jamar, director general del Institut Valencià de Cultura | 12 | María Durán, Asociación de Promotores Musicales (APM) | 120 | Sonia Durán, Unión Fonográfica Independiente (UFI) | 160 | Entrevista a David Pastor, trompetista | 192 |
| Luis Óscar García, Federación Valenciana de la Industria Musical (FEVIM) | 14 | Isaac Vivero, Asociación Estatal de Salas de Conciertos (ACCES) | 124 | Juanjo Talaván, BIGSOUND Festival | 162 | Iván Labarta, I L Producción | 198 |
| Sergi Almiñana, Asociación de Promotores Musicales de la Comunitat Valenciana (MusicaProCV) | 18 | EL IMPACTO DE LA DANA | 127 | Daniela González, Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana (FSMCV) | 164 | Víctor Sendra, Roig Arena (València) | 200 |
| Fran Bordonado, Asociación Valenciana de Salas de Música en Directo En Viu! | 20 | José Manuel Pastor, Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) | 128 | Fani Blanch, Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas de la Comunitat Valenciana (ISEACV) | 166 | VALÈNCIA MUSIC CITY | 203 |
| Joanvi Díez, Asociación de Promotores de Festivales de la Comunitat Valenciana (PROMFEST) | 24 | Armand Llacer, Valencian Music Office | 132 | Vicent Llimerá, Palau de la Música de València | 168 | Entrevista a Juan Pablo Valero, director general comisionado | 204 |
| Joan Gregori Maria, Valencian Music Association (VAM) | 28 | Carmen Páez, Ministerio de Cultura del Gobierno de España | 140 | Jesús Iglesias Noriega, Palau de les Arts Reina Sofía de València | 170 | Nieves Pascual, Palau de la Música de València | 210 |
| IMPACTO ECONÓMICO DE LA MÚSICA EN DIRECTO EN LA COMUNITAT VALENCIANA (2024): RESULTADOS Y EFECTOS DE LA DANA | | Rafa Jordan, Asociación de Promotores Musicales de la Comunitat Valenciana (MusicaProCV) | 144 | ECOSISTEMA MUSICAL EN EQUILIBRIO | 173 | Paula Simó, Universitat de València | 212 |
| José Manuel Pastor y Eva Benages (Coords.); Susana Sabater y Belén Miravalles (Edición y Documentación) | 31 | Louise J. Sansom, Hidden Track Records y «Som València» | 146 | Ana Gómez, Live Nation | 174 | Lena Ingwersen, Music Cities Network | 218 |
| EL INFORME EN CONTEXTO | 109 | José Ayelo, Gestió Cultural, Asociación Valenciana de Profesionales de la Cultura | 148 | Iñaki Villagrá, Delesté Festival (València) | 176 | José Luis Moreno, Ayuntamiento de València | 222 |
| Beatriz Traver, Institut Valencià de Cultura | 33 | Ana Noguera, Consell Valencià de Cultura (CVC) | 150 | Raquel Tendero, Producciones Baltimore | 178 | Daniel Molina, Delesté Festival y Just Life Music | 224 |
| | | Toñi Mascarell, Acústic Crom | 152 | Entrevista Tranquilo Música | 180 | Nacho Córdoba, Live Nation Spain | 226 |
| | 110 | Lorenzo Melero, Loco Club (València) | 154 | Alicia Padilla, Radio City (València) | 186 | DIRECTORIO DE EMPRESAS QUE FORMAN LA FEVIM | 228 |

PRESENTACIONES



Concierto benéfico «Música desde el Corazón»
en homenaje a las víctimas de la dana.
Wizink Center (Madrid). Diciembre 2024.

Foto: Alberto Castillo. Cortesía de The Music Republic

LA MÚSICA VALENCIANA: RESILIENCIA, IDENTIDAD Y PORVENIR

* Carmen Ortí

Consellera de Educación, Cultura y
Universidades de la Generalitat Valenciana



El Anuario 2025 de la Música en la Comunitat Valenciana nos ofrece una mirada imprescindible sobre la realidad de un sector que es fundamental para la identidad y el dinamismo cultural de nuestro territorio. La música, en todas sus expresiones, sigue siendo una de las manifestaciones más vivas y cohesionadoras de la sociedad valenciana; por ello, desde la Conselleria de Educación, Cultura y Universidades consideramos prioritario fomentar las condiciones que permitan al sector desarrollarse con solidez y proyección de futuro.

El año pasado la dana afectó gravemente a varias localidades y, con ellas, a iniciativas, equipamientos y programaciones

musicales que forman parte del tejido cultural de nuestro país. Este episodio puso a prueba la capacidad de respuesta del sector, que, una vez más, demostró una extraordinaria fortaleza. Las sociedades musicales, las salas, los festivales, los ayuntamientos y los profesionales reaccionaron con una combinación admirable de responsabilidad, solidaridad y determinación. Desde la Conselleria, en coordinación con las administraciones locales y otros departamentos del Consell, trabajamos en ese momento para activar mecanismos de apoyo y atender las necesidades más urgentes, con el objetivo de garantizar la continuidad de las actividades y minimizar los efectos de la crisis.

Este contexto difícil también ha reforzado una evidencia: la música valenciana es un sector creativo con un potencial económico y social indiscutible. La combinación de tradición, talento y dinamismo empresarial configura un ecosistema único que genera oportunidades, cohesión y proyección internacional. Nuestras sociedades musicales siguen siendo un modelo pedagógico y comunitario de alcance internacional; los creadores y creadoras valencianos consolidan cada vez más su presencia en circuitos diversos; y las empresas e iniciativas privadas contribuyen decisivamente al fortalecimiento de una industria cultural que crece y se profesionaliza.

En este escenario, la Conselleria de Educación, Cultura y Universidades mantiene su compromiso de impulsar políticas públicas que garanticen la estabilidad y el desarrollo del sector musical. Continuare-

mos trabajando para fortalecer las estructuras culturales, mejorar las condiciones profesionales, promover la innovación y favorecer la cooperación entre administraciones y agentes del sector. La cultura es un elemento esencial de progreso y bienestar, y la música valenciana es uno de sus motores más potentes.

El Anuario 2025 es, un año más, una herramienta de referencia para comprender las tendencias y los retos de la música valenciana. Desde la Conselleria de Educación, Cultura y Universidades agradecemos profundamente el trabajo de todas las personas e instituciones que lo han hecho posible, así como la dedicación de todos los que contribuyen día a día a la vitalidad de nuestro ecosistema musical. ¡Enhorabuena! ●



Carlos Ares. Fira Valenciana de la Música Trovam.
Auditorio. Castellón de la Plana. Noviembre 2025.
Foto: Clàudia Marconell.

IDENTIDAD, COHESIÓN Y FUTURO

* Álvaro López-Jamar

Director general del
Institut Valencià de Cultura



El Anuario de la Música en la Comunitat Valenciana vuelve a ser un testimonio fiel del pulso creativo, profesional y económico de un sector que, incluso en los momentos más difíciles, ha sabido mantenerse en pie, remontar y reconstruirse. El último año ha estado marcado por las consecuencias de la dana, que afectó de manera significativa a infraestructuras, proyectos y profesionales de la música en la Comunitat Valenciana y que marcó en todos nosotros una huella indeleble. Pero aun así, el sector musical ha demostrado una vez más su capacidad de resiliencia, solidaridad y compromiso con la cultura como bien esencial para la sociedad.

Desde el Institut Valencià de Cultura queremos poner en valor con esta publicación el esfuerzo colectivo de artistas, promotores, salas, festivales, técnicos y entidades

que, con trabajo constante y vocación de servicio público, han hecho posible que la música siga sonando y llegando a la ciudadanía. En un contexto tan complejo, la colaboración entre el tejido cultural y las instituciones ha sido clave para sostener la actividad, acompañar a los proyectos más vulnerables y sentar las bases de la recuperación.

Las instituciones públicas hemos redoblado nuestro apoyo al sector musical, conscientes de su importancia estratégica, cultural y económica. Este anuario refleja, con datos y un exhaustivo informe económico, no solo los retos afrontados, sino también los logros alcanzados y el enorme potencial de la música valenciana, en todos sus estilos y variedad. Seguiremos trabajando para reforzar este ecosistema diverso y creativo, convencidos de que la música es identidad, cohesión y futuro. ●

Jove Orquestra de la Generalitat. Encuentro de invierno.
Auditorio, Castellón de la Plana. Diciembre 2025.
Foto: Josep Perelló.



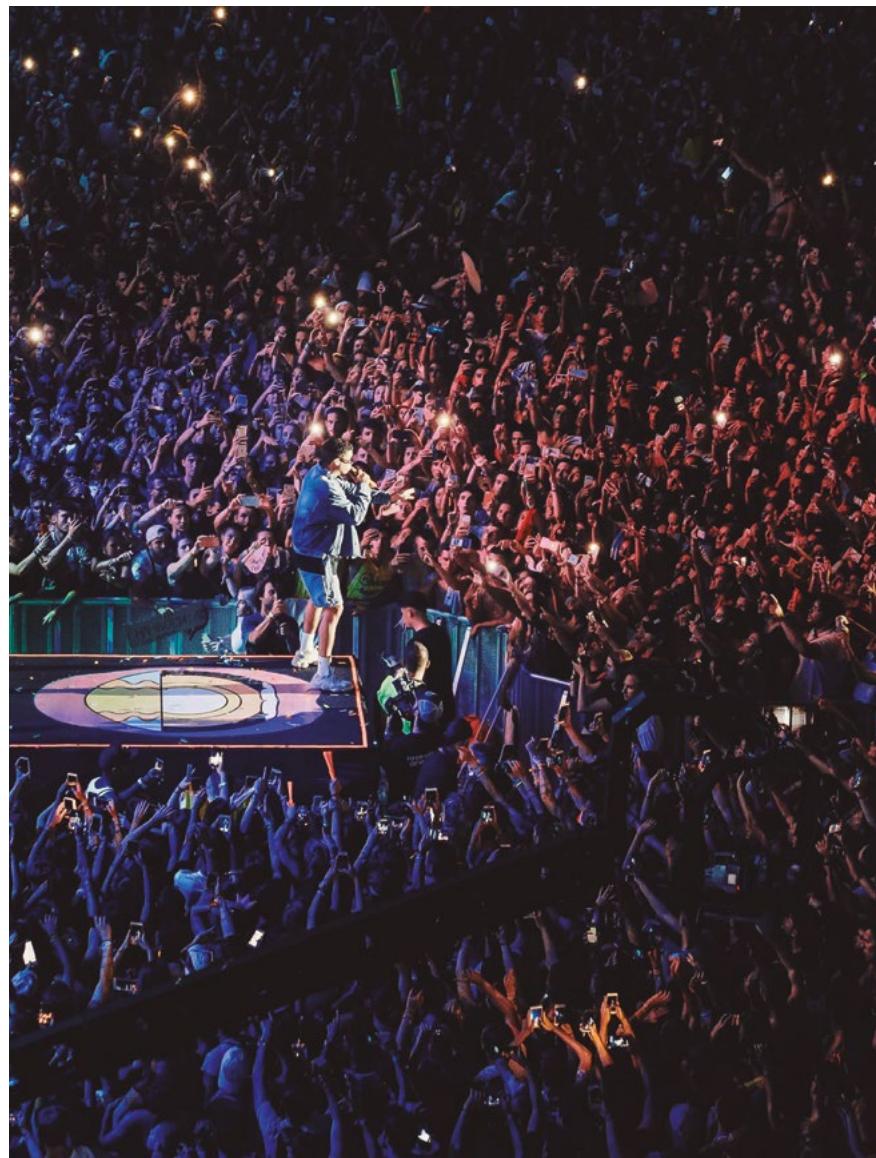
EL ANUARIO DE LA MÚSICA EN LA COMUNITAT VALENCIANA: UN DIAGNÓSTICO DEL PRESENTE Y UNA HERRAMIENTA DE FUTURO



* Luis Óscar García

Presidente de la Federación Valenciana
de la Industria Musical (FEVIM)

El *Anuario de la Música en la Comunitat Valenciana* nació en 2023 con el objetivo de dotar al sector de una base teórica, estadística y analítica propia que nos permitiera entenderlos mejor, explicarnos con rigor y avanzar con mayor solidez. Tras el *Año Cero* y el primer estudio económico de alcance global, esta nueva edición representa un paso más en la consolidación de un proyecto que ya no es una declaración de intenciones, sino una herramienta estratégica al servicio de la industria musical valenciana. Tal y como comentábamos en 2024, las buenas intenciones siguen siendo el punto de partida, pero sólo adquieren sentido cuando se traducen en conocimiento estructurado y acción sostenida.



Festival de Les Arts.
Ciudad de las Artes y las Ciencias. València. Junio 2025.
Cortesía del Festival de Les Arts.

La música en directo y la industria musical valenciana constituyen un ámbito de actividad con impacto económico, capacidad de generación de empleo y un valor cultural y turístico incuestionables

Los datos obtenidos y el trabajo continuado con los agentes del sector confirman lo que intuíamos y, al mismo tiempo, nos obligan a asumir una lectura más profunda y responsable de la realidad. La música en directo y la industria musical valenciana constituyen un ámbito de actividad con impacto económico, capacidad de generación de empleo y un valor cultural y turístico incuestionables. Pero también evidencian fragilidades estructurales, desequilibrios presupuestarios y una dependencia excesiva de marcos administrativos y normativos que no siempre responden a la realidad productiva del sector.

Este *Anuario* no es únicamente un ejercicio de análisis; es también una llamada a los retos que siguen pendientes: la mejora de la competitividad empresarial pasa necesariamente por una revisión y un incremento progresivo de los recursos públicos destinados a la música, todavía muy por debajo de los asignados a otros sectores culturales. Del mismo modo, resulta imprescindible avanzar en la profesionalización y consolidación de estructu-

ras empresariales; mejorar el acceso y las condiciones de uso de los espacios públicos; reconocer a las salas de música en directo como infraestructuras culturales estratégicas; y agilizar unos procedimientos administrativos que, en demasiadas ocasiones, generan inseguridad jurídica y dificultan el desarrollo normal de la actividad.

En este contexto, la consolidación de circuitos estables y la participación activa del sector en el diseño y seguimiento de los planes estratégicos son pasos necesarios para garantizar una política musical coherente, eficaz y alineada con las necesidades reales de la industria.

Asimismo, el arranque de una nueva etapa del proyecto *València Music City*, con una dirección general asignada,

abre una oportunidad valiosa para reforzar la coordinación entre las administraciones, el sector y los agentes culturales. Convertir València en una verdadera ciudad de la música requiere visión a medio y largo plazo, continuidad en las políticas públicas y la capacidad de sumar esfuerzos en torno a objetivos comunes.

Desde la Federación Valenciana de la Industria Musical, con promotores, agentes artísticos, salas de música y festivales yendo de la mano, y la Valencian Music Office, compuesta ya por un equipo estructurado, seguimos impulsando proyectos que vertebran el sector y refuerzan su proyección local, estatal e internacional.

El *Anuario de la Música en la Comunitat Valenciana* forma parte de ese compromiso: ofrecer una radiografía del presente para poder construir un futuro más estable, competitivo y reconocido para la música valenciana. Porque solo desde el conocimiento compartido, la colaboración y el respaldo institucional será posible consolidar todo lo que ya está en marcha y avanzar hacia el futuro. ●



LA MÚSICA EN DIRECTO EN LA COMUNITAT VALENCIANA: BALANCE, RETOS Y PERSPECTIVAS DEL SECTOR



★ Sergi Almiñana

Presidente de la Asociación de Promotores Musicales de la Comunitat Valenciana (MusicaProCV)

El Anuario de la Música en la Comunitat Valenciana constituye cada año una oportunidad para medir la relevancia del sector de la música en directo en nuestro territorio. Es esta una actividad que mantiene una posición destacada dentro del conjunto estatal e internacional.

Esta relevancia se sustenta en un tejido empresarial de primer nivel con una amplia trayectoria. Somos un conjunto de profesionales que impulsan y desarrollan

esta industria y que invierten y apuestan por proyectos que generan un impacto económico significativo.

Este ecosistema empresarial ha tenido y tiene una notable capacidad de resiliencia y una amplia experiencia, características que hacen posible que los eventos musicales puedan celebrarse año tras año. No obstante, el sector también afronta importantes dificultades en un contexto económico internacional complejo, donde ser competitivos es clave para el desarrollo de nuestra actividad.

En esta situación, resulta fundamental el acompañamiento institucional y la protección del tejido empresarial por parte del Gobierno valenciano. El objetivo debe ser generar soluciones ante los retos que encara el sector. Entre ellos destacan la disponibilidad, mejora y diversificación de las infraestructuras y de los espacios para realizar los eventos; la inseguridad jurídica

asociada a la tramitación de una actividad regulada por la administración; y la necesidad de reforzar los incentivos y ayudas mediante una estructura anual y estable, vinculada tanto a la producción musical como a la mejora de los espacios escénicos. En definitiva, se necesitan medidas que favorezcan un mayor desarrollo de la música en directo.

Los datos recogidos en este *Anuario 2025* evidencian un claro proceso de recuperación y consolidación tras las consecuencias de la dana. El impacto más trágico de las inundaciones fue la pérdida de vidas humanas. Para nuestro sector, las lluvias supusieron la paralización de la actividad y, sobre todo, importantes daños en infraestructuras y material. Así, como apunta el estudio del Ivie, las riadas redujeron las ventas y el PIB generado por la industria musical en 7,1 y 1,85 millones de euros, respectivamente. Además, los perjuicios en equipamientos condicionaron la capacidad productiva a corto y largo plazo.

La industria de la música en directo en la Comunitat Valenciana debe abordar un futuro marcado por el compromiso con una mayor profesionalización del sector y el fortalecimiento de su capacidad de producción. Sin embargo, estos objetivos exigen el desarrollo de un marco estable que permita competir y atraer contenidos en un entorno cada vez más exigente, en el que numerosas ciudades del ámbito estatal y europeo apuestan decididamente por la música en directo como eje de sus estrategias de desarrollo. ●



CONTRA LAS CLÁUSULAS DE EXCLUSIVIDAD ABUSIVAS: UNA BATALLA QUE LA MÚSICA NO PUEDE PERDER

* Fran Bordonado

Presidente de la Asociación Valenciana de Salas de Música en Directo En Viu!



Quienes amamos la música en vivo sabemos que no hay nada comparable a entrar en una sala, estar cerca del escenario, sentir la vibración de los *amplis* y compartir miradas con el artista. Esa experiencia íntima es irreemplazable. Sin embargo, desde hace un tiempo, muchos músicos y salas se encuentran con un obstáculo que parece absurdo: cláusulas de exclusividad que les prohíben tocar meses antes o después de un festival.

¿De verdad alguien cree que un concierto en una sala de 300 personas puede arruinar un festival que reúne a más de 20.000? Sin embargo, esta práctica se repite una y otra vez. Y es una política que debilita a las salas, recorta oportunidades a los artistas y empobrece la vida cultural de nuestro territorio.

Por eso es importante atajar el problema con un *Código de Buenas Prácticas Anti-Exclusividad Abusiva* consensuado con el sector.

Las cláusulas de exclusividad debilitan a las salas, recortan oportunidades a los artistas y empobrecen la vida cultural de nuestro territorio

¿Qué está pasando?

La lógica de la exclusividad es comprensible en algunos casos puntuales: un festival invierte mucho dinero en traer a un artista y quiere asegurar que su actuación sea especial. Hasta ahí, todo bien. El problema es cuando esa lógica se convierte en norma y se aplica de manera automática, indiscriminada y desproporcionada.

Hay músicos que no han podido tocar en una sala durante todo un semestre porque meses después tenían un festival confirmado. Es absurdo. Y, peor aún, es dañino para todos.

- El artista pierde ingresos y visibilidad.
- Las salas, que son quienes sostienen la escena todo el año, ven cómo se les cierran puertas.
- El público se queda sin conciertos de proximidad.

En definitiva: perdemos todos.

Las salas son el alma de la música

Los festivales son maravillosos: esa sensación de comunidad, la oportunidad de ver en un mismo fin de semana a artistas que nunca coincidirían en un cartel, la energía de miles de personas cantando juntas. Quizá por eso se les inyecta una buena cantidad de dinero público. Pero los festivales no pueden ni deben sustituir el papel de los locales de música en directo.

Las salas, con menos apoyos, son las que mantienen encendida la llama durante todo el año, especialmente en los meses de invierno. Además, apuestan por bandas emergentes y nos permiten ver de cerca a nuestros ídolos antes de que llenen estadios. Son lugares de descubrimiento, de comunidad y de resistencia cultural.

Cuando se les impide programar a ciertos artistas porque un festival y su

management lo prohíben, no sólo se golpea a una sala: se debilita todo el ecosistema musical.

La falacia de la competencia

Uno de los motivos más urgentes para la consecución de este *Código Antiabusos* es desmontar una idea equivocada: que un concierto en una sala perjudica a un festival. Nada más lejos de la realidad.

Si veo a una banda en una sala de 200 personas en marzo, lo más probable es que en julio también quiera disfrutarla en un festival rodeado de amigos. Son experiencias diferentes, complementarias y enriquecedoras. Lo que ocurre en una sala no resta público al festival: lo potencia.

La exclusividad abusiva, en cambio, sí resta. Resta vida cultural, resta ingresos, resta oportunidades.

Ética y responsabilidad compartida

Este código no buscaría señalar con el dedo ni imponer reglas rígidas. Lo que propone es un compromiso ético, un acuerdo de mínimos para que festivales, promotoras y agencias actúen con sentido común y responsabilidad.

- A los festivales y promotoras les pedimos que no usen contratos tipo de manera automática, sino que valoren caso por caso.
- A las agencias de *management* les recordamos que su deber es defender la autonomía y las oportunidades de los artistas, no aceptarlas sin más.
- Y a todos nos invita a pensar en el bien común del sector, más allá del beneficio inmediato.

No se trata de prohibir la exclusividad, sino de ponerle límites razonables: dura-



Los Bengala. Circuit Viu.
La Bohemia. Castellón de la Plana. Octubre 2025.
Foto: Clàudia Marconell.

ción temporal acotada, un radio geográfico lógico y, sobre todo, transparencia en la negociación.

Gana la música, ganamos todos

La industria musical no puede sostenerse solo sobre festivales y macroeventos. Necesitamos un equilibrio entre lo grande y lo pequeño, lo masivo y lo íntimo, lo efímero y lo cotidiano. Un *Código de Buenas Prácticas Anti-Exclusividad Abusiva* es un paso en la dirección correcta porque protege a quienes mantienen viva la música durante todo el año y garantiza que los artistas no vean recortadas sus oportunidades.

Creo firmemente que, si logramos que este código sea adoptado de manera amplia, ganaremos todos:

los músicos, porque tendrán más libertad y trabajo;
las salas, porque podrán seguir siendo motor cultural;
los festivales, porque sumarán aliados en lugar de rivales;
y, sobre todo, el público, que es quien sostiene todo esto.

La cultura no puede estar secuestrada por cláusulas injustas. La música es de la gente. Y cuando la cuidamos entre todos, cuando artistas, salas, festivales y promotoras permanen en la misma dirección, acaba la batalla y gana la música. Ganamos todos. ●

Los Puñales de Martín. Circuit Viu (Cànter).
Rock City. Almàssera. Septiembre 2025.
Foto: Clàudia Marconell.



LA REALIDAD ACTUAL DE LOS FESTIVALES EN LA COMUNITAT VALENCIANA: ENTRE LA EXCELENCIA Y LA NECESIDAD URGENTE DE ADAPTACIÓN

*** Joanvi Díez**

Presidente de la Asociación de Promotores de Festivales de la Comunitat Valenciana (PROMFEST)



El sector de los festivales de música en la Comunitat Valenciana ha experimentado en la última década un crecimiento sostenido. Esto ha permitido consolidarnos como uno de los territorios con mayor actividad musical del país. La diversidad de propuestas, la profesionalización del tejido empresarial y la capacidad para atraer tanto público local como visitante han convertido a nuestros festivales en un motor cultural, económico y turístico indispensable. Sin embargo, este 2025 está marcado por una serie de desafíos que amenazan la viabilidad del modelo tal y como lo hemos conocido hasta ahora. Desde PROMFEST, la asociación que agrupa a los promotores de festivales de la Comunitat Valenciana, consideramos imprescindible realizar un análisis sincero, riguroso y responsable de la situación actual para contribuir a un debate constructivo que permita encontrar soluciones reales.

Uno de los principales retos a los que nos enfrentamos es la burbuja inflacionaria en los cachés de los artistas, un fenómeno que se ha intensificado en los últimos años y que hoy se encuentra en un punto crítico. La competencia entre festivales, tanto a nivel autonómico como nacional e internacional, ha generado una escalada sin precedentes en los precios de contratación. Artistas que hace apenas cinco años tenían cachés asumibles para la mayoría de los promotores han multiplicado sus tarifas por dos o incluso por tres, empujando al límite la rentabilidad de muchos eventos. Este aumento no responde únicamente a la demanda, sino también a estructuras de negociación cada vez más agresivas, exclusividades territoriales y un mercado globalizado donde los grandes agentes y grupos inversores están acaparando giras completas y festivales.

A esta presión económica se suma el incremento generalizado en los costes de proveedores, que afecta a prácticamente todos los departamentos de producción: infraestructuras, sonido, iluminación, estructuras, seguridad, personal técnico, transporte y logística. El encarecimiento de materias primas, la falta de disponibilidad en ciertas temporadas y el aumento del precio del carburante están generando un efecto dominó que condiciona nuestros presupuestos. Se estima que, de media, producir un festival

de tamaño medio cuesta hoy entre un 25 y un 40% más que antes de la pandemia. Y mientras los costes no dejan de crecer, la capacidad real de trasladar esta subida al precio de la entrada es prácticamente nula.

Los promotores somos conscientes de que el público atraviesa también un momento difícil: inflación, menor capacidad adquisitiva, incertidumbre económica y una oferta de ocio muy amplia. Por ello, subir los precios de los tiques no es una opción viable. El resultado es evidente: los márgenes se reducen hasta niveles insostenibles y muchos eventos operan con un nivel de riesgo que compromete su continuidad. La caída en la venta de entradas registrada este año, que en la Comunitat Valenciana se sitúa en torno al 30%, es un indicador alarmante. El público compra más tarde, compara más y prioriza menos. Esto nos obliga a ajustar campañas, replantear estrategias y asumir un nivel de incertidumbre que hace más compleja la toma de decisiones.

A nivel normativo, la situación tampoco es favorable. La limitación a 90 dB en la fuente de emisión se ha convertido en un problema estructural que condiciona gravemente la experiencia del público, la calidad del sonido y la viabilidad de muchos conciertos y festivales. Esta restricción, única en su severidad respecto a otras comunidades y países europeos, no sólo es desproporciona-

da, sino que no tiene en cuenta la realidad técnica ni las mejores prácticas internacionales. La reducción del volumen en la fuente obliga a sobrecompensar con distribución, multiplica la complejidad del diseño sonoro y en ocasiones imposibilita ofrecer un espectáculo en condiciones normales. Desde PROMFEST defendemos la necesidad urgente de revisar este marco regulatorio, adaptarlo a criterios realistas y consensuarlo con profesionales del sector y autoridades competentes.

Otro de los puntos críticos que lastra la competitividad de los festivales valencianos es la falta de recintos habilitados, estables y adecuados para la celebración de conciertos y festivales de gran formato. València, como capital cultural, económica y turística, no dispone actualmente de infraestructuras públicas y al aire libre preparadas para acoger grandes eventos de música en directo con garantías. Dependemos de espacios temporales, con limitaciones logísticas, vecinales o administrativas, lo que dificulta la planificación a largo plazo y aumenta los costes de cada montaje. La ausencia de un recinto permanente nos coloca en desventaja respecto a otras ciudades españolas y europeas que han entendido que invertir en infraestructuras culturales y de ocio no solo mejora la vida de sus ciudadanos, sino que genera empleo, turismo y proyección internacional.

Ante este escenario complejo, los promotores valencianos seguimos demostrando una capacidad admirable de adaptación, creatividad y compromiso con la cultura. A pesar de las dificultades, nuestros festivales continúan siendo espacios de convivencia, innovación y dinamización económica. Somos conscientes de nuestra responsabilidad y de la importancia que tienen estos eventos para miles de trabajadores: técnicos, empresas proveedoras, artistas, agencias, personal de sala, empresas de seguridad, hostelería, transporte y un largo etcétera.

El impacto del sector en la economía valenciana es inquestionable y la música forma parte de la identidad misma de nuestro territorio.

Pero la supervivencia del sector no puede depender únicamente del esfuerzo de los promotores. Es necesaria una estrategia compartida entre administraciones públicas, sector privado y agentes culturales para garantizar un futuro sostenible. Necesitamos normativas realistas, espacios adecuados, un diálogo abierto con las instituciones y políticas públicas que entiendan que la música es cultura, pero también industria. Solo así podremos frenar la destrucción de tejido empresarial, evitar la deslocalización de eventos y asegurar que la Comunitat Valenciana siga siendo un referente musical en el Mediterráneo.

Desde PROMFEST reafirmamos nuestro compromiso para trabajar conjuntamente, proponer soluciones y defender los intereses de un sector que hoy necesita más apoyo que nunca. Creemos en una Comunitat Valenciana vibrante, culturalmente activa y capaz de liderar proyectos innovadores. Pero para que esa visión sea posible, debemos garantizar que la música pueda seguir sonando en condiciones óptimas, sostenibles y justas para todos. ●

Necesitamos normativas realistas, espacios adecuados, un diálogo abierto con las instituciones y políticas públicas que entiendan que la música es cultura, pero también industria



Nit Jove de Xàtiva.
Agosto 2025.
Foto: Tono Burguete. Cortesía de Pro21 Cultural.

LA CONSTRUCCIÓN DE UNA ESCENA SÓLIDA: PROFESIONALIZACIÓN, ESTRUCTURA Y EL NUEVO HORIZONTE DEL ARTISTA VALENCIANO

★ Joan Gregori Maria i Femenia

Presidente de la Valencian Music Association (VAM!)



La publicación de este *Anuario* no es solamente un balance, sino también un ejercicio de toma de conciencia sectorial y colectivo. Para la Valencian Music Association (VAM!), y para todo el ecosistema de la Federación Valenciana de la Industria Musical (FEVIM), no deja de ser una herramienta esencial para dimensionar nuestro sector y, sobre todo, para recordar el camino trazado que nos ha conducido hasta aquí y nos permita vislumbrar el futuro más próximo.

Pep Mirambell. Fira Valenciana de la Música Trovam.
Auditorio Castellón de la Plana. Noviembre 2025.
Foto: Claudia Marconell.



Desde los inicios de VAM! como «germen del asociacionismo de la industria musical valenciana» en 2013, nuestra visión ha sido siempre la misma: convertir la riqueza cultural valenciana en una industria profesional y estructurada capaz de retener y proyectar su talento. Históricamente, el sector artístico valenciano ha sufrido una debilidad estructural que obligaba a nuestros artistas, grupos y managers a emigrar a Madrid, Barcelona o Europa para encontrar un mercado natural y estabilidad. Hoy, la consolidación de las asociaciones profesionales, eventos como la Fira Trovam y la articulación de programas estratégicos nos demuestran que estamos en el camino correcto para superar esa fragilidad.

Fira Trovam 2025: la brújula de la profesionalización

La XIII edición de la Fira Valenciana de la Música Trovam, celebrada en noviembre de 2025, es la prueba más fehaciente de la madurez que hemos alcanzado. La Fira cerró con la asistencia de más de 8.500 espectadores y, lo más relevante, consolidó su papel como mercado profesional al congregar a más de 500 agentes del sector, un espacio vital para las rondas de negociación.

La programación incluyó a más de 50 artistas y bandas valencianas, estatales e internacionales, reafirmando el doble objetivo de la Fira: ser un escaparate artístico para el talento local y, simultáneamente, un punto de encuentro de negocios donde ese talento y ese sector profesional pueda materializar contratos, colaboraciones, contactos e interlocuciones con las administraciones.

Como no podía ser de otra manera, el Trovam 2025 también sirvió como foro de análisis ante la gran prueba de fuego que enfrentó el sector: la dana de octubre de 2024. Los debates sobre la reactivación del tejido musical y la internacionalización evidenciaron que, si bien la industria resistió, existe una necesidad urgente de mecanismos de soporte estructural que miren más allá de la ayuda asistencial.

El salto estructural: Cànter como eje de aceleración artística

Es precisamente en esta necesidad de soporte estructural donde el programa Cànter, impulsado por el Ministerio de Cultura y gestionado por la FEVIM, se convierte en una herramienta estratégica sin precedentes para el desarrollo de la carrera artística.

En su primera fase (2025), Cànter no se limitó a financiar conciertos solidarios, como el ciclo «Música a la Zona Zero», sino que ya invirtió en la estructura: el Centro de Gestión de Ayudas tramitó iniciativas con un impacto económico directo de 187.400€ y, lo más crucial, consiguió la regularización laboral de 14 profesionales que formalizaron su alta como autónomos o entidades culturales. Esto atacó directamente la baja profesionalización que aún persiste en parte del sector artístico.

De cara a 2026, el programa Cànter da un salto cualitativo al centrarse en la «acceleración profesional y de proyectos artísticos» para 15 iniciativas musicales afectadas por la dana. Esta estrategia sustituye la lógica asistencial por un modelo basado en la profesionalización y el acceso a mercados a través de los siguientes elementos:

- **Mentoría intensiva y plan de negocio:** El programa se articula en cinco meses de mentoría con ocho profesionales especializados. El objetivo es dotar a cada artista de un Plan de Negocio (*Business Plan*) y una Estrategia de Lanzamiento concretos. Son factores fundamentales para competir con las estructuras empresariales consolidadas y con las oficinas artísticas de otros territorios que nos llevan ventaja con decenas de años de políticas públicas bien diseñadas (en Madrid, Barcelona o Euskadi por poner los tres ejemplos más claros).
- **Tecnología al servicio del booking:** Se invertirá en el desarrollo I+D+i de la plataforma Huming para crear la funcionalidad *Match 2.0*. Esta herramienta es el motor de la contratación profesional, automatizando la búsqueda, la segmentación y el envío del dossier a programadores y bookers a nivel nacional e internacional, superando la limitación del contacto manual.

- **Validación de mercado (*Showcase*):** El programa garantiza 30 conciertos estratégicos para los artistas seleccionados (15 en «Circuit Viu» y 15 en festivales colaboradores). Estas actuaciones son una validación de mercado que inyecta 39.000 € en cachés directos y, al mismo tiempo, actúa como *showcase* ante profesionales, retroalimentando el algoritmo de *Match 2.0* con datos reales de audiencia.

El futuro del sector artístico: estabilidad y crecimiento estructural

El camino de la profesionalización requiere que la estabilidad no sea solo artística, sino también fiscal y administrativa. El segundo pilar de Cànter 2026, el Centro de Soporte Fiscal y Administrativo, ataca el principal «cuello de botella» del sector: la falta de estructuras de gestión sostenible.

El programa ofrece asesoramiento proactivo sobre fiscalidad específica (IVA, IRPF) y, mediante la Clínica de Fomento Asociativo (CFA), promueve la constitución de nuevas entidades colectivas (cooperativas o asociaciones). Este esfuerzo es de máximo impacto estructural porque las estructuras colectivas desbloquean subvenciones públicas a las que los autónomos individuales no tienen acceso. La creación de cooperativas facilita además la migración al Régimen General, reduciendo la precariedad laboral del músico.

En conclusión, el sector artístico valenciano ya no solo lucha por crear, sino que lo hace también por estructurar su crecimiento. El camino hacia la competitividad pasa por apoyar la cantera («Circuit Viu»), fortalecer el mercado (Fira Trovam) y profesionalizar la base a través de la tecnología y el rigor administrativo (Cànter). Con estas herramientas, el territorio valenciano está construyendo, con hechos verificables y alianzas sólidas, un horizonte de estabilidad y crecimiento para sus creadores. ●

INFORME DE IMPACTO ECONÓMICO



IMPACTO ECONÓMICO DE LA MÚSICA EN DIRECTO EN LA COMUNITAT VALENCIANA (2024): RESULTADOS Y EFECTOS DE LA DANNA

* José Manuel Pastor y Eva Benages (Coords.);
Susana Sabater y Belén Miravalles (Edición y Documentación)

Agradecimientos

La elaboración de este estudio sobre el impacto de los festivales musicales y conciertos de música en directo en la Comunitat Valenciana ha sido posible gracias a la colaboración activa y generosa de múltiples agentes e instituciones, a quienes deseamos expresar nuestro más sincero agradecimiento, al igual que hicimos en el estudio anterior.

En primer lugar, queremos destacar el respaldo recibido por parte de la Valencian Music Office, tanto por confiar nuevamente en el equipo de investigación del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) como por respetar plenamente nuestra independencia técnica a lo largo de todo el proceso. Merece una mención especial su gerente, **Armand Llacer**, así como el conjunto del equipo de la oficina, por su constante disponibilidad, compromiso y apoyo en la provisión de información clave.

Igualmente, es necesario subrayar la valiosa implicación de las empresas promotoras de festivales y salas de conciertos,

que facilitaron información detallada sobre los costes asociados a la organización de los eventos. Su colaboración ha sido determinante para alcanzar la profundidad y calidad del estudio.

Asimismo, queremos agradecer la colaboración de **Sara Monzonís González**, estudiante del grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universitat de València y beneficiaria de una beca de colaboración del Ministerio de Educación, por su trabajo en la actualización de la información relativa a las cifras globales del sector.

Finalmente, este proyecto vuelve a poner de manifiesto el valor estratégico de la cooperación entre el sector promotor y las instituciones culturales. La implicación de todas las partes involucradas en el ecosistema musical ha permitido demostrar que los festivales y conciertos en directo no solo generan efectos económicos significativos, sino que actúan como motores de cohesión social y cultural en el territorio. ●

RESUMEN EJECUTIVO

La Comunitat Valenciana ha sido históricamente un referente cultural, tanto a nivel nacional como internacional. No obstante, más allá de su dimensión cultural, la música, y en particular la música en directo, constituye un sector económico de gran relevancia, con una notable capacidad para generar actividad económica y empleo. En este contexto, el presente estudio se orienta a analizar y cuantificar la actividad económica asociada a la música en directo.

A pesar de su importancia, los estudios sobre el impacto económico de la música en directo son todavía escasos. La mayoría de los estudios existentes se centran en el sector musical de manera agregada o se limitan a cuantificar los ingresos por taquilla, sin tener en cuenta otros gastos realizados por el público ni profundizar en el impacto económico real que estos eventos producen en el conjunto de la economía. Este trabajo pretende subsanar estas carencias mediante un enfoque más amplio e integral, que permita visibilizar el peso del sector y aportar información útil a las administraciones públicas para justificar la inversión de recursos públicos y las políticas orientadas al fortalecimiento del sector, así como las estrategias de promoción cultural y desarrollo económico a nivel local y regional vinculadas a la música en directo. Del mismo modo, el estudio resulta de interés

para los promotores musicales, ya que les proporciona argumentos sólidos para poner en valor la importancia del sector ante posibles patrocinadores y para respaldar la solicitud de subvenciones o apoyos financieros, tanto públicos como privados.

La organización de eventos musicales actúa como un motor de dinamización económica del territorio, al generar un aumento significativo de la demanda de bienes y servicios por parte de dos agentes principales: los organizadores y los asistentes. Ambos realizan gastos adicionales que se traducen en un incremento relevante de la actividad productiva en la Comunitat Valenciana, dando lugar a efectos económicos de gran alcance que se extienden por toda la región. Estos impactos no se circunscriben únicamente a los sectores directamente vinculados con la música, sino que se difunden al conjunto del tejido productivo. Así, el objetivo fundamental de este estudio es cuantificar los efectos económicos derivados de la celebración de eventos de música en directo en la Comunitat Valenciana durante 2024, en términos de volumen de ventas, producto interior bruto (PIB) y generación de empleo a escala regional.

Para ello, el punto de partida es la revisión de los estudios existentes de impacto económico de la música en vivo, y el análisis de la evolución reciente del sector de la mu-

sica en directo en términos de conciertos celebrados, asistentes y recaudación. A lo largo de este informe, se estima el gasto realizado por los organizadores y promotores de los eventos musicales y el gasto de los asistentes y se utiliza la metodología *input-output* para estimar el impacto económico directo, indirecto e inducido que estos gastos tienen sobre las ventas, el PIB y el empleo en la Comunitat Valenciana.

A continuación, se presentan las conclusiones principales respecto a la magnitud de la actividad del sector y sus impactos económicos.

Evolución reciente del sector de la música en directo

- Incremento de empresas del sector:** El sector de la música en directo ha experimentado un crecimiento significativo, con un aumento del peso de estas empresas en la economía. En 2010, representaban el 0,34% de todas las empresas en España y el 0,28% en la Comunitat Valenciana, cifras que ascendieron al 0,66% y 0,63% respectivamente en 2024.
- Aumento del peso regional en España:** La participación de las empresas de música en directo de la Comunitat Valenciana en el total nacional ha crecido un 17,2% desde 2010, pasando de representar el 8,9% al 10,5% en 2024.

La actividad del sector de la música en directo

Según los datos publicados por la Fundación SGAE en sus *Anuarios*, la industria de la música en directo en España y, más específicamente, en la Comunitat Valenciana ha experimentado cambios significativos en las últimas dos décadas, mostrando tendencias contrapuestas: declive en el número de espectadores en el sector de conciertos tradicionales y notable crecimiento en el caso de los macrofestivales.

- Declive en el número de conciertos tradicionales:** Desde 2005, el número de conciertos de música en directo ha disminuido notablemente. En 2024,



se celebraron 120.510 conciertos en toda España y 6.081 en la Comunitat Valenciana, representando descensos del 4,9% y 48%, respectivamente.

- Disminución de espectadores en conciertos tradicionales en la CV, mientras aumentan en el resto de España:** El número de espectadores ha mostrado una tendencia general a la baja desde 2005, alcanzando un pico en 2008 y experimentando una caída posterior, aunque con una ligera recuperación post-COVID-19. En 2024, los asistentes sumaron 25,9 millones en España y 1,5 millones en la Comunitat Valenciana. Sin embargo, mientras a nivel nacional la cifra de espectadores es un 10,6% superior a la de 2005, en el caso de la CV se ha reducido un 21,6%.
- Incremento en la recaudación en conciertos tradicionales:** A pesar del descenso en el número de conciertos en España y la CV y también de asistentes en esta última, la recaudación por venta de entradas ha aumentado significativamente en ambos casos. En 2024, la recaudación alcanzó los

Sandra Monfort. La Prèvia.
La Rambla. València. Marzo 2025.
Foto: Oto de Alicia. Cortesía de Pro21 Cultural.



BIGSOUND Festival.
Ciudad de las Artes y las Ciencias. València. Junio 2025.
Foto: David Rota. Cortesía de Visit València.

320,5 millones de euros en España y los 22,6 millones en la CV, con un crecimiento del 153,1% y 156%, respectivamente.

- Crecimiento de espectadores en los macrofestivales:** Los macrofestivales han experimentado un aumento espectacular en el número de espectadores, con un crecimiento del 853,5% en España y del 2.682,8% en la Comunitat Valenciana, ayudando a compensar la caída en otras modalidades de conciertos tradicionales. En 2024, la asistencia a macrofestivales fue de 8 millones de personas a nivel nacional y de 1,6 millones en la CV, representando la Comunitat Valenciana el 19,4% del total nacional.
- Incremento en la recaudación en los macrofestivales:** La recaudación por venta de entradas ha aumentado significativamente en los macrofestivales. En 2024, alcanzó los 398,4 millones de euros en España y los 85,8 millones en la CV, con un crecimiento acumulado desde 2005 del 2.169% y 2.024%, respectivamente.
- Incremento en la recaudación total de la música en directo:** La recaudación incluyendo los macrofestivales alcanzó los 718,9 millones de euros en España y los 108,5 millones en la Comunitat Valenciana. Así, se ha multiplicado casi por 5 en España y por más de 8 en la Comunitat Valenciana desde 2005.

El gasto asociado a la música en directo
La música en vivo no solo contribuye significativamente al enriquecimiento cultural de la Comunitat Valenciana, sino que también desempeña un papel fundamental en su economía, fomentando la actividad económica y generando empleo. Este impacto se debe al volumen de gastos efectuados tanto por los organizadores de eventos musicales como por los asistentes a los mismos. Ambos representan una inyección adicional de demanda en la economía local, al adquirir bienes y servicios proporcionados principalmente por empresas ubicadas dentro de la Comunitat Valenciana.

Gasto de los organizadores de festivales y de conciertos en salas:

- El total gastado en la organización de festivales en la CV en 2024 asciende a **116 millones de euros**, de los que 64,1 millones corresponden a gastos realizados en la CV.
- El gasto total en salas de conciertos es de **11,1 millones de euros**, de los que 10,1 millones se gastan dentro de la CV (el 91%).
- En total, los gastos asociados a la organización de festivales y conciertos en salas en 2024 superan los **127 millones de euros**, de los que 74,2 millones corresponden a gastos satisfechos por proveedores valencianos.

Gasto de los asistentes:

- En 2024, el gasto medio diario por asistente a eventos en salas se estima en **49,9 euros**. Por su parte, el gasto medio diario de los asistentes a festivales asciende a **123,4 euros**.
- En conjunto, el gasto total de los asistentes a festivales y eventos musicales en salas en 2024 en la Comunitat Valenciana fue de **1.564,8 millones de euros**. De esa cifra, 743,8 millones suponen un gasto generador de impacto en la región (637,9 netos de importaciones e impuestos).

Gasto total (organizadores + asistentes):

- El gasto total realizado por los dos agentes implicados en la celebración de los eventos musicales en directo implica un gasto en la CV de **1.692,1 millones de euros** anuales, de los que **708,8 millones son el gasto generador de impacto** neto de importaciones e impuestos.
- El sector más beneficiado es la hostelería**, que recibe 464,3 millones de euros de ese gasto (el 65,5% del total).

También los sectores de Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria; transportes, almacenamiento y comunicaciones y otras actividades sociales y de servicios personales se benefician de estos gastos de asistentes y organizadores. Estos cuatro sectores aglutinan 600,7 millones, el 84,7% del total de gasto asociado a la celebración de eventos musicales.

Impacto económico de los eventos musicales en directo

- El impacto económico total de la celebración de eventos musicales en vivo en la Comunitat Valenciana se estima en 2024 en **1.465,6 millones de euros en términos de output (ventas), 384,4 millones de euros en renta (PIB) y 12.565 empleos a tiempo completo**. Estas magnitudes representan en torno al 0,3% del PIB y al 0,6% del empleo de la Comunitat Valenciana. Aunque estos porcentajes puedan parecer modestos, demuestran una aportación significativa de la música en directo a la economía y al mercado laboral de la Comunitat Valenciana.
- El principal agente generador de impacto son los asistentes a los eventos musicales que generan 329 millones de euros en renta (PIB) y 11.277 empleos anuales, representando el 85,5% y 89,7% de la renta y el empleo generado. Por su parte el gasto ejecutado por los organizadores genera un impacto más reducido, de 55,7 millones de euros en renta y 1.288 empleos (el 14,5% de la renta y el 10,3% del empleo total generado).
- En términos de renta, los sectores que más se benefician de la celebración de eventos musicales en directo son la hostelería, que acapara el 38,8% de toda la renta generada, seguido por las actividades inmobiliarias y servicios empresariales, el comercio y reparación, el transporte, almacenamiento
- y comunicaciones, y otras actividades sociales y de servicios a la comunidad y personales. Estos sectores juntos suman el 78,75% del total de renta generada.
- En relación con el empleo, la hostelería sigue siendo el sector más favorecido, generando 5.502 empleos adicionales, que representan el 43,8% del total. Le siguen el comercio y reparación, las actividades inmobiliarias y servicios empresariales, el transporte, almacenamiento y comunicaciones, y otras actividades sociales y de servicios a la comunidad y personales. En conjunto, estos sectores crean más de 10.000 empleos a tiempo completo al año, constituyendo casi el 80% del total de empleos generados por eventos musicales en la región.
- Los resultados obtenidos destacan una notable eficiencia en la utilización de recursos privados. A partir de una inversión de 127,2 millones de euros por parte de los organizadores de eventos musicales en vivo, el retorno económico es considerable. **Por cada millón de euros invertido por los organizadores, se generan 11,5 millones en ventas adicionales en empresas de la Comunitat Valenciana, 3 millones en términos de PIB y cerca de 100 nuevos empleos equivalentes a tiempo completo** en la región.
- Estos resultados de 2024 incorporan los efectos adversos derivados de la dana del 29 de octubre, que afectó de forma significativa a la provincia de Valencia y que supuso la cancelación de algún festival y de algunas actuaciones musicales programadas para los dos últimos meses del año. De no haberse producido la dana, el impacto económico de la música en vivo hubiera sido mayor. En concreto, la renta generada hubiera aumentado en 1,8 millones de euros y se hubieran generado unos 60 empleos a tiempo completo adicionales. ●

Impacto económico de los eventos musicales en la CV



1. INTRODUCCIÓN

La Comunitat Valenciana posee una tradición musical profundamente arraigada, que se manifiesta tanto en su patrimonio histórico como en la vitalidad de sus expresiones contemporáneas. Desde siempre la música ha sido una constante en la configuración de su identidad cultural y social que han situado a la región como un referente destacado en el panorama musical español y, cada vez más, internacional.

Pero la intensidad y la importancia de esta actividad musical no se percibe en toda su dimensión si no se acompaña de una adecuada labor de documentación, análisis y difusión. Conscientes de ello, la Valencian Music Office y el Institut Valencià de Cultura de la Generalitat Valenciana llevan a cabo un trabajo continuado para poner en valor el papel del sector musical en nuestra comunidad.

Buena muestra de este esfuerzo fue la publicación de la primera edición del *Anuario de la Música en la Comunitat Valenciana*, una herramienta concebida para dotar al sector de una base estadística y analítica sólida desde la que abordar las necesarias políticas de recuperación, profesionalización y consolidación del sector.

Este informe forma parte de esa línea de trabajo y representa ya el segundo año consecutivo en que se realiza una estimación del impacto económico del sector, lo que demuestra una clara vocación de continuidad. La evaluación periódica de la actividad del sector y de sus repercusiones económicas sobre el conjunto de la economía valenciana es esencial para poder obtener una radiografía completa y fiable de su evolución, de su impacto económico y de los cambios estructurales que puedan ir consolidándose a lo largo del tiempo.

Cabe señalar que la actividad del último trimestre de 2024 estuvo profundamente condicionada por una catástrofe climática sin precedentes en la Comunitat Valenciana (CV): la dana del 29 de octubre, que golpeó con es-

pecial intensidad a numerosos municipios del sur de la provincia de Valencia. Este episodio extremo provocó pérdidas humanas irreparables, cuya gravedad trasciende cualquier valoración económica y que constituyen, sin duda, la consecuencia más dolorosa y devastadora del desastre. Junto a este impacto humano, la dana ocasionó también daños materiales de gran magnitud, afectando al *stock* de capital productivo de numerosas empresas, al parque de viviendas, a infraestructuras públicas esenciales y a cerca de 140.000 vehículos, entre otros activos relevantes (Pérez *et al.* 2025, en prensa; CESC 2025; Cámara València 2024).

Como no podría ser de otra forma, la dana tuvo consecuencias directas en la actividad de empresas del sector de la música en directo, provocando en algunos

casos el cese total de su operativa durante varias semanas o meses, especialmente en lo que respecta a la gestión de eventos, los equipamientos técnicos y logísticos, y las infraestructuras afectadas. Si bien la cuantificación específica de los daños materiales queda fuera del alcance de este estudio, se ha realizado un esfuerzo para incorporar, en la medida de lo posible, los efectos que esta interrupción ha tenido sobre la actividad del sector durante los meses de noviembre y diciembre de 2024 y sobre su impacto económico.

Al igual que el anterior informe, este también está centrado en cuantificar la actividad económica generada exclusivamente por la realización de eventos musicales en directo en la Comunitat Valenciana, es decir, conciertos y festivales celebrados en espacios abiertos o cerrados. Este ámbito representa una parte especialmente dinámica y visible del sector musical, y constituye una fuente de generación de empleo, renta y valor añadido con efectos multiplicadores sobre el resto de los sectores económicos de la Comunitat Valenciana.

El sector de la música en directo atraviesa una fase de profunda transformación y expansión, impulsada por factores inte-

La expansión de la actividad del sector de la música se refleja en las cifras publicadas por el *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 2025* (Fundació SGAE 2025), que indican que en 2024 la recaudación por venta de entradas superó los 700 millones de euros en España y los 108 millones en la CV, marcando un máximo histórico para el sector, con un crecimiento respecto del año anterior del 25,4% y del 28,3% respectivamente.

Sin embargo, es importante advertir que dichas cifras, aunque relevantes, no pueden interpretarse como una medida completa del impacto económico. Por una parte, no consideran el gasto adicional generado en sectores beneficiados indirectamente por los eventos. Por otra, supondría asumir erróneamente que el impacto de los eventos musicales en vivo se reduce a los ingresos por taquilla, ignorando los efectos económicos derivados del gasto de los asistentes y el efecto multiplicador generado en el resto de sectores.

En efecto, como ya se mostró en el informe anterior, los gastos realizados por los organizadores de eventos musicales en directo ejercen un importante efecto dinamizador sobre la economía local. Además,

los miles de asistentes que acuden a conciertos y festivales realizan gastos adicionales que benefician directamente a sectores como la hostelería, la restauración, el comercio minorista o

el transporte. A estos impactos directos se suman los efectos indirectos, vinculados a las relaciones entre empresas proveedoras, y los impactos inducidos, derivados del aumento de renta y consumo en los hogares beneficiados por la actividad del sector.

Sin embargo, a pesar de la relevancia de esta actividad económica, hasta la anterior edición del *Anuario de la Música en la Comunitat Valenciana* no existía en España o en la Comunitat Valenciana un estudio económico riguroso que analizara

Los gastos realizados por los organizadores de eventos musicales en directo ejercen un importante efecto dinamizador sobre la economía local

relacionados que afectan tanto a la oferta como a la demanda. La evolución tecnológica ha permitido mejorar notablemente la experiencia de los eventos en vivo, elevando las expectativas del público en aspectos como el sonido, la iluminación o la escenografía. Asimismo, la irrupción de las plataformas de streaming y las redes sociales ha alterado los hábitos de consumo musical, permitiendo el acceso inmediato a una oferta ilimitada, lo que genera audiencias más informadas, segmentadas y exigentes.

de forma específica el impacto económico de la música en directo sobre el conjunto de la economía. Los trabajos existentes o bien se centraban en el sector cultural en su conjunto, o bien abordaban el total de la industria musical sin aislar la actividad relacionada con eventos en vivo. Otros estudios se limitaban a ofrecer cifras de recaudación como si fueran una estimación del impacto, sin contemplar los gastos asociados de los asistentes ni aplicar metodologías adecuadas como el análisis *input-output*.

El estudio de Pastor *et al.* (2024), integrado en la segunda edición del *Anuario*, permitió cubrir un vacío analítico existente, aplicando una metodología rigurosa que permitió cuantificar con precisión el impacto económico de la música en directo en la Comunitat Valenciana, en términos de producción (ventas), renta (PIB) y empleo. Sus resultados no solo sirvieron para visibilizar la relevancia económica real de este subsector cultural, sino también para apoyar la toma de decisiones estratégicas, tanto en el ámbito de las políticas públicas como en la gestión de los agentes privados del sector.

El presente informe se plantea como una continuación natural del ejercicio anterior, con la finalidad de actualizar las estimaciones de impacto económico correspondientes al año 2024 y, de este modo, analizar si el elevado impacto observado en 2023 constituye una tendencia estructural del sector o, por el contrario, responde a un episodio excepcional asociado al efecto rebote derivado de la recuperación postpandemia. Desde esta perspectiva, el estudio permite evaluar la sostenibilidad en el tiempo de los niveles de actividad alcanzados en 2023, distinguiendo entre un crecimiento consolidado y una dinámica coyuntural vinculada al reencuentro masivo del público con la música en vivo tras la eliminación de las restricciones impuestas durante el confinamiento.

Asimismo, y como no podía ser de otra manera, las estimaciones de impacto incorporadas en este informe recogen los efectos adversos provocados por la dana del

29 de octubre de 2024, que afectó de forma significativa al normal desarrollo de la actividad del sector en la provincia de Valencia. En consecuencia, el informe incluye una sección específica destinada a dimensionar, con la información disponible y de la manera más realista posible, el impacto de este episodio extraordinario sobre la actividad económica generada por la música en vivo, siendo plenamente conscientes de las limitaciones existentes y de que una valoración exhaustiva de los daños de la dana requeriría un análisis específico adicional.

El presente informe se enmarca en un conjunto de iniciativas institucionales orientadas a consolidar el sector musical como un eje estratégico de desarrollo cultural, económico y urbano. En este contexto, destaca especialmente el proyecto *València Music City*, impulsado por el Ajuntament de València, cuyo objetivo es posicionar a la ciudad como un nodo internacional de referencia en la industria musical, a través de la integración de actividades vinculadas a la producción, la formación, la innovación y la atracción de talento. Esta iniciativa evidencia una creciente conciencia institucional sobre el valor de la música no solo como manifestación cultural, sino también como activo económico y vector de dinamización territorial. En este sentido, iniciativas como la presente cobran especial relevancia, al aportar herramientas analíticas rigurosas que permiten fundamentar con datos empíricos el diseño y la evaluación de las políticas públicas orientadas al impulso del sector.

Más allá de su valor técnico, este estudio constituye también un instrumento de utilidad directa para las administraciones públicas, que canalizan recursos hacia la promoción de eventos musicales y deben justificar, con base empírica, la eficiencia y rentabilidad social de dichas subvenciones. Del mismo modo, proporciona a los agentes privados, y muy en particular a los promotores musicales, argumentos sólidos para la captación de financiación, tanto pública como privada, al demostrar con datos con-



Photo by Luca Agostino © Rototom 2025

Rototom Sunsplash. Benicàssim. Agosto 2025.
Cortesía de Rototom Sunsplash.

trastados el impacto económico que su actividad genera en el entorno local y regional.

Finalmente, el estudio pretende también contribuir a una mejora en la percepción social de los eventos musicales en directo, que en ocasiones son objeto de crítica únicamente por sus externalidades negativas, como el ruido, las aglomeraciones o los residuos, sin tener suficientemente en cuenta los beneficios económicos, culturales y simbólicos que aportan al territorio y a la ciudadanía.

El informe se articula en siete secciones. Tras esta introducción, la sección 2 analiza la evolución reciente del sector en la Comunitat Valenciana, atendiendo al número de conciertos, volumen de asistentes y cifras de recaudación. La sección 3 define el alcance del estudio y detalla la metodología empleada para la estimación del impacto económico. En la sección 4 se

identifican los principales agentes de gasto y se cuantifican tanto los gastos de los organizadores y promotores como los gastos realizados por los asistentes a los eventos. A partir de estos datos, en la sección 5 se aplica la metodología *input-output* para estimar los efectos directos, indirectos e inducidos sobre la producción, el PIB y el empleo en la Comunitat Valenciana, desglosando los resultados por sectores económicos beneficiados. La sección 6 compara las cifras de impacto de los eventos musicales en 2024 con los obtenidos en el informe anterior, referidos a 2023. Además, lleva a cabo una estimación del efecto de la dana sobre el mismo, valorando cuál hubiera sido el impacto en 2024 si no se hubiera producido este desastre natural. El informe finaliza con una sección de conclusiones, que recoge los principales resultados del estudio. ●

2. LA INDUSTRIA DE LOS EVENTOS MUSICALES EN DIRECTO



Arde Bogotá.
Estadio Ciutat de València. Julio 2025.
Foto: Rubén Salcedo. Cortesía de Territorio Musical.

La música constituye un sector estratégico dentro del ecosistema cultural y económico tanto en la Comunitat Valenciana como en el conjunto de España. Su importancia va más allá de la mera generación de valor añadido o empleo del sector: se trata de una industria con un fuerte componente identitario y un claro potencial para proyectar la imagen cultural y turística del territorio en ámbitos regionales, nacionales e internacionales.

En términos económicos, la industria musical integra una cadena de valor compleja y articulada, donde confluyen múltiples subsectores con funciones diferenciadas pero muy interrelacionadas. El proceso arranca con la creación musical, que involucra a compositores, intérpretes y productores trabajando en estudios de grabación. A continuación, la edición musical se encarga de la gestión de derechos y la explotación editorial, mientras que la distribución ha experimentado una transformación radical con la irrupción de plataformas digitales, desplazando progresivamente los formatos físicos tradicionales. La comercialización y promoción, a través de redes sociales, campañas de comunicación y giras promocionales, son también piezas clave para conectar la oferta con el público. Por otro lado, el segmento de la música en directo con actuaciones en vivo, como los conciertos y festivales, no solo representa una fuente principal de ingresos mediante la venta de entradas, patrocinios y productos asociados, sino que actúa como polo de atracción turística vinculado a la experiencia musical.

Este informe se centra específicamente en el segmento de la música en directo, tanto en festivales al aire libre como en recintos cerrados. Se trata de una actividad con una elevada capacidad de arrastre económico sobre otros sectores, dada su naturaleza transversal y su vinculación con el turismo, la hostelería, el transporte y los servicios.

Para contextualizar el análisis, se parte del estudio de la estructura empresarial del sector, empleando datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística (INE). Posteriormente, se examinará la evolución reciente del número de eventos, el volumen de asistentes y la recaudación generada, a partir de fuentes especializadas como el

Anuario de la Música en Vivo de la Asociación de Promotores Musicales (APM), el *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, el *Anuario de Estadísticas Culturales* del Ministerio de Cultura y Deporte, así como el propio INE.

Las empresas del sector de la música en directo

El análisis económico del sector de la música en directo presenta ciertas limitaciones derivadas de la escasa disponibilidad de estadísticas oficiales desagregadas. En la actualidad, no existen fuentes que proporcionen datos específicos y detallados sobre variables clave como el Valor Añadido Bruto (VAB), la producción o el empleo generados por esta actividad. Las estimaciones existentes suelen ser parciales o formar parte de agregados más amplios dentro del sector cultural, lo que dificulta una cuantificación precisa de su peso económico real.

Ante esta carencia, una de las fuentes más útiles disponibles es el Directorio Central de Empresas (DIRCE), elaborado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), que ofrece información anual sobre el número de empresas activas en España, clasificadas por sector de actividad, tamaño y localización territorial. Aunque esta fuente no ofrece información sobre el VAB o el empleo vinculado al sector, sí proporciona una aproximación relevante sobre su dimensión empresarial.

En coherencia con la metodología aplicada en el estudio anterior, en esta sección se recurre al DIRCE para caracterizar cuantitativamente el tejido empresarial relacionado con la música en directo. Este enfoque permite comparar el peso relativo del sector en la Comunitat Valenciana respecto al conjunto de España, así como observar



Carlos Santana. Far València.
Marina Norte. Julio 2025.
Cortesía de Mundosentí2.

su evolución reciente a través del número de empresas registradas y comprobar si se mantienen las tendencias ya identificadas en el informe anterior.

Aunque se trata de una aproximación parcial, resulta suficiente para cumplir el objetivo de esta sección: ofrecer una visión comparativa y temporal sobre la estructura empresarial del sector de la música en directo en el ámbito autonómico y nacional, identificando tendencias relevantes para su análisis económico.

El **gráfico 1** muestra la evolución del número de empresas relacionadas con la música en directo en España y la Comunitat Valenciana entre 2010 y 2024. Destaca en primer lugar el mayor crecimiento del número de empresas en la CV que en España. Así, en España, el número ha aumentado un 93,1%, pasando de 11.199 en 2010 a 21.621 en 2024. En la Comunitat Valenciana, el crecimiento ha sido del 126,2%, pasando de 1.000 a 2.262 en el mismo período (paneles a y b). Otro rasgo destacable es el aumento continuado del peso de las empresas del sector respecto del conjunto de empresas de la economía. Así, en el panel c se observa que las

empresas del sector de la música en directo han pasado de representar en 2010 el 0,34% en España y el 0,28% en la CV a representar el 0,66% y 0,63% respectivamente. Esta evolución creciente de la importancia de la música en directo es, sin duda, un indicador del mayor dinamismo relativo de este sector respecto del conjunto de la economía.

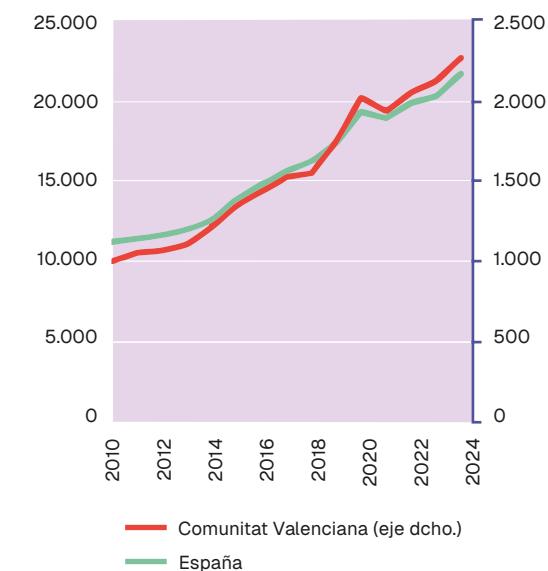
Finalmente, el panel d muestra que el porcentaje correspondiente a la Comunitat Valenciana sobre el total español en términos de empresas en España crece con más intensidad en el sector de la música que en el conjunto de la economía. En efecto, en 2010 las empresas de la música en directo de la CV representaban el 8,9% del total de España, pasando a representar el 10,5% en el 2024, es decir un crecimiento del 17,2%. Por el contrario, el peso que representan las empresas de la Comunitat Valenciana en el conjunto de la economía española prácticamente no ha variado a lo largo del periodo analizado pasando del 10,7% en el año 2010 al 11,1% en el año 2024. Esto refleja un crecimiento relativo del sector de la música en directo más importante en la CV respecto al panorama nacional.

Gráfico 1. Empresas relacionadas con la música en directo. España y CV, 2010-2024

a. 2010=100



b. Número de empresas

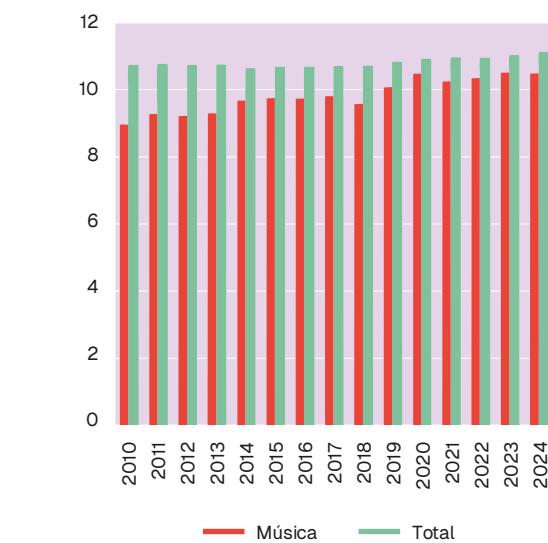


c. Peso de las empresas de espectáculos en vivo sobre el total de empresas



NOTA: La definición del sector de actividad dedicado a los espectáculos en vivo se corresponde con los sectores 9001, 9002 y 9004 de la CNAE 2009.
FUENTE: INE (DIRCE) y elaboración propia.

d. Empresas Comunitat Valenciana / Empresas España



Dinámica reciente de la actividad en el sector de la música en directo

Esta sección examina la trayectoria reciente del sector de la música en directo a través de tres indicadores fundamentales: número de conciertos, asistencia de público y volumen de recaudación. Para ello, se emplean los datos publicados por el *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, fuente de referencia para el seguimiento estadístico del sector.

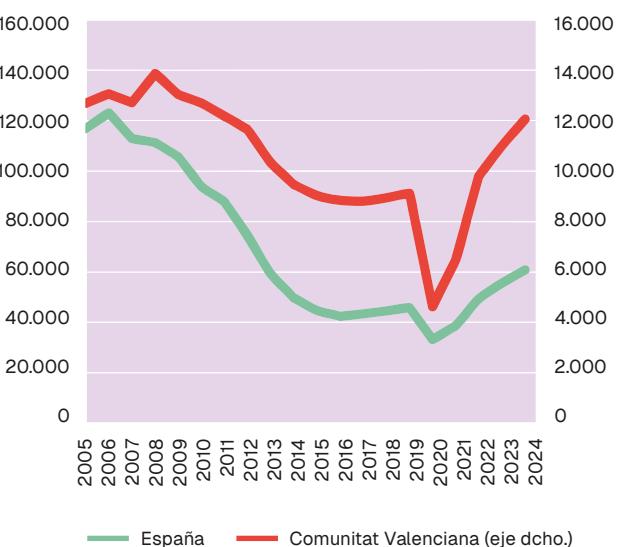
El **gráfico 2** recoge la evolución del número de conciertos de música popular en vivo celebrados entre 2005 y 2024 en el conjunto de España y en la Comunitat Valenciana. A escala nacional, en 2024 se celebraron 120.510 conciertos, lo que supone una reducción del 4,9% respecto a las cifras de 2005. En la Comunitat Valenciana, la contracción ha sido mucho más acusada: el número de conciertos en 2024 fue de 6.081, lo que representa un descenso del 47,9% en relación con el inicio del periodo.

Este comportamiento evidencia una tendencia descendente en el número de eventos celebrados, especialmente a partir de 2008, y marcada por una caída particularmente abrupta en 2020 debido al impacto de la pandemia de la COVID-19, pero no necesariamente de la actividad del sector. Las restricciones sanitarias impuestas durante ese año paralizaron prácticamente toda la programación musical en vivo, con efectos especialmente severos sobre festivales y conciertos en recintos cerrados. Si bien se ha producido una recuperación posterior, los niveles actuales en cuanto a celebración de eventos aún se sitúan por debajo de los registrados a mediados de la década de 2000, lo que sugiere un proceso de reestructuración aún incompleto.

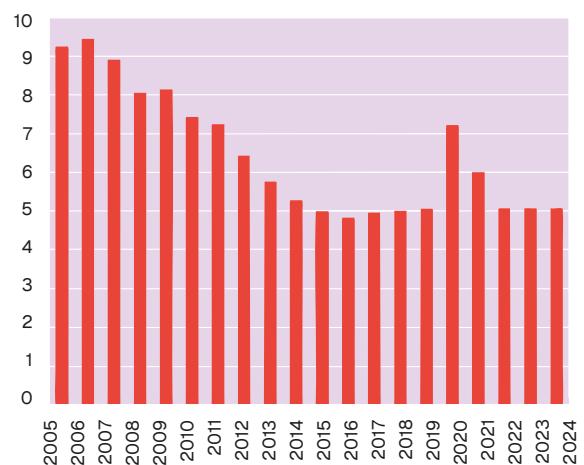
El panel b del gráfico permite analizar la evolución del peso específico de la Comunitat Valenciana en el total nacional en términos de número de conciertos. En 2005, la región representaba en torno al 9,2% del total de conciertos celebrados en España. Sin embargo, esta cuota ha experimentado un descenso sostenido, situándose en torno al 5% en 2024, reflejo de una dinámica más contractiva en el ámbito autonómico frente al promedio na-

Gráfico 2. Conciertos de música en vivo. España y CV, 2005-2024

a. Número de conciertos



b. Peso de la Comunitat Valenciana en los conciertos totales (porcentaje)



NOTA: no incluye los datos de macrofestivales.

FUENTE: Fundación SGAE (2025).

cional. Una excepción a esta tendencia descendente se observa en 2020, cuando la caída fue algo menos pronunciada en la Comunitat Valenciana, generando un repunte coyuntural en su participación relativa.

En suma, el análisis pone de manifiesto una pérdida continuada de protagonismo de la Comunitat Valenciana en el panorama nacional de la música en directo durante las dos últimas décadas en cuanto a la celebración de conciertos, tanto en términos absolutos como relativos. Este retroceso plantea la necesidad de examinar con mayor profundidad los condicionantes estructurales (infraestructura, financiación, modelo de gestión cultural) y los factores coyunturales que han podido limitar el desarrollo del sector en el ámbito autonómico. Asimismo, abre la puerta a reflexionar sobre posibles medidas de política cultural orientadas a estimular su reactivación y a reforzar su papel como motor económico y cultural del territorio y en la atracción de un nuevo tipo de turismo de mayor calidad.

Diversidad de géneros musicales en la programación de conciertos

El **gráfico 3** presenta la distribución por géneros musicales de los conciertos de música popular en vivo celebrados durante el año 2024 en España y en la Comunitat Valenciana. Este desglose permite identificar no solo las tendencias predominantes a nivel nacional y autonómico, sino también las singularidades culturales y los posibles enfoques diferenciales en la programación musical.

Como es habitual, el *pop rock* continúa siendo el género hegemónico en ambos contextos. En 2024, concentró el 78,9% del total de conciertos celebrados en España y alcanzó un peso aún mayor en la Comunitat Valenciana, con el 82,2%. Esta elevada cuota confirma su posición central en la oferta musical contemporánea, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la estructura del mercado cultural.

Sin embargo, más allá de esta clara dominancia, el análisis comparado pone de relieve diferencias significativas en otros estilos musicales. En la Comunitat Valen-

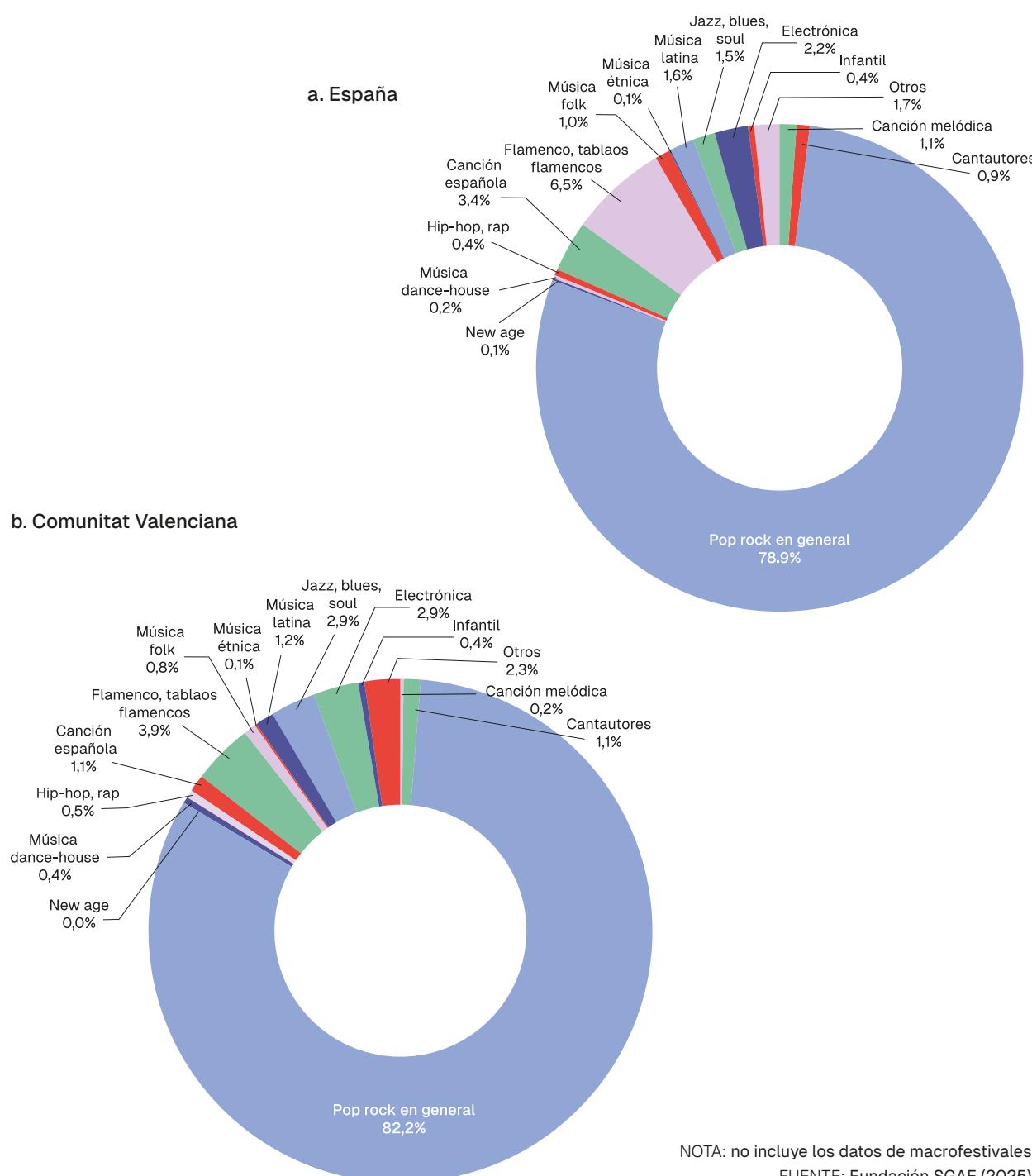
ciana destacan especialmente los géneros agrupados bajo *jazz, blues y soul*, así como la *música electrónica*, que alcanzan ambos una cuota del 2,9% del total de conciertos. A escala nacional, estas categorías representan un 1,5% y un 2,2%, respectivamente. Esta mayor incidencia relativa podría interpretarse como una muestra de preferencias específicas del público valenciano por propuestas musicales alternativas, o bien como el resultado de políticas culturales que impulsan activamente una mayor diversidad estilística en la programación.

En contraposición, la presencia de géneros como la *canción melódica*, la *canción española* y el *flamenco* —incluidos los espectáculos en tablao— es claramente inferior en la Comunitat Valenciana respecto al conjunto del país. En total, estos estilos representan solo un 5,2% del total de conciertos en la región, frente al 11% que suponen a nivel nacional. Esta divergencia puede explicarse por factores estructurales relacionados con la identidad musical del territorio, menos asociada históricamente a estas expresiones, así como por diferencias en la planificación de la oferta cultural tanto pública como privada.

En resumen, aunque el *pop rock* continúa siendo el eje vertebrador de la actividad musical en vivo, el perfil de géneros en la Comunitat Valenciana presenta rasgos distintivos que sugieren una programación relativamente más abierta a estilos contemporáneos y menos centrada en géneros tradicionales. Esta configuración apunta a una cierta especialización cultural que conviene tener en cuenta en el diseño de políticas de promoción musical y en el análisis de las dinámicas del sector.

Conviene subrayar, además, que los datos aquí analizados no incluyen la actividad de macrofestivales, cuya relevancia en términos de asistencia, recaudación y concentración por género musical es significativa. Estos eventos, que serán abordados en secciones posteriores, pueden alterar sustancialmente la composición del panorama musical en determinadas comunidades autónomas, incluida la Comunitat Valenciana.

Gráfico 3. Tipo de música predominante en los conciertos celebrados. España y CV, 2024 (porcentaje)



Evolución de la asistencia a conciertos de música popular en vivo

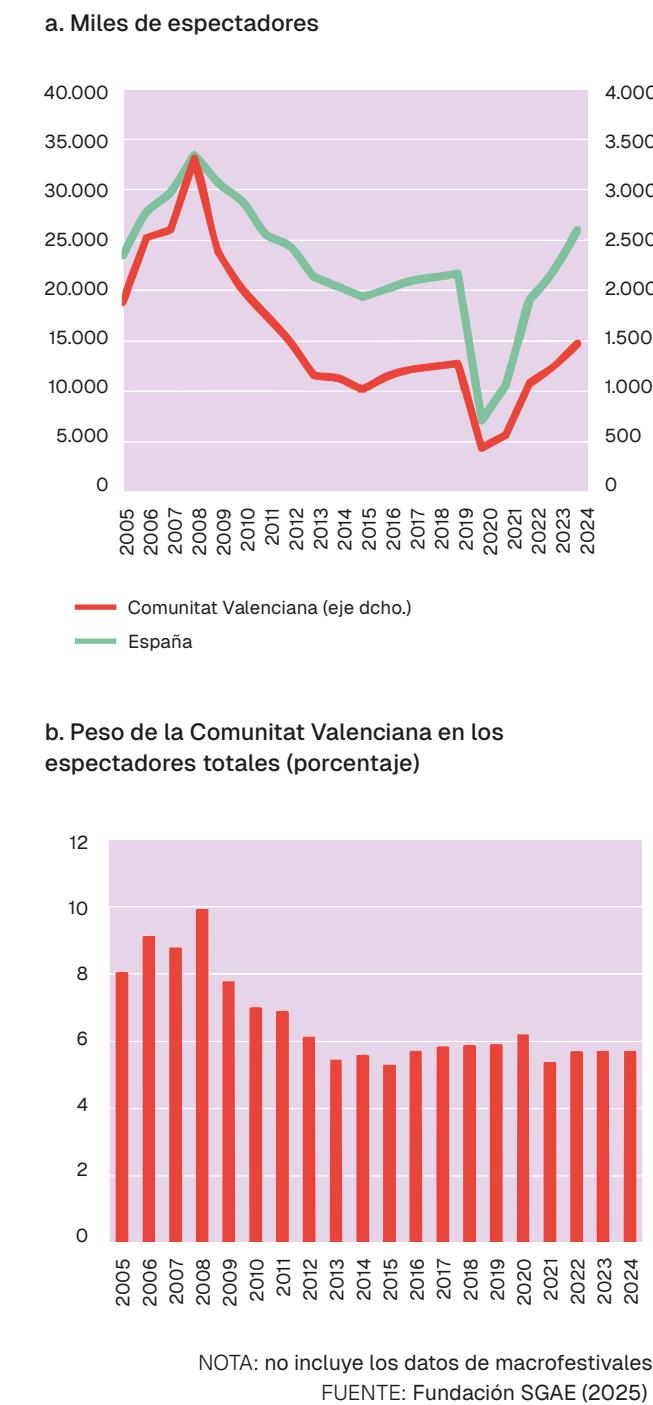
En esta sección se analiza la evolución de la asistencia a la música popular en vivo, distinguiendo entre dos ámbitos claramente diferenciados en el mundo de la música en directo: los conciertos de música en directo y los macrofestivales. Este análisis permite complementar la información relativa al número de conciertos y profundizar en el comportamiento de la demanda, aportando una visión más precisa sobre la capacidad de atracción del sector y su evolución en el tiempo, tanto en España como en la Comunitat Valenciana. Asimismo, la diferenciación entre conciertos tradicionales y macrofestivales resulta especialmente relevante para identificar las distintas dinámicas que han caracterizado al sector en los últimos años y para valorar el papel creciente de los grandes eventos como elemento clave en la configuración actual de la música en vivo.

Asistencia a los conciertos de música en vivo

El **gráfico 4** muestra la evolución del número de espectadores de conciertos de música popular en vivo entre 2005 y 2024, tanto en España como en la Comunitat Valenciana. El análisis de esta variable, complementario al del número de conciertos (gráfico 2), permite valorar con mayor precisión el grado de atracción que esta modalidad cultural ejerce sobre el público en ambos niveles territoriales.

A escala nacional, el sector experimenta inicialmente una etapa de crecimiento, que culmina en 2008 con un máximo de 33,4 millones de espectadores. A partir de ese año, la tendencia se torna descendente hasta 2015, momento en el cual comienza una leve recuperación interrumpida bruscamente en 2020 debido al impacto de la pandemia de la COVID-19. Ese año marca el punto más bajo de la serie por efecto de la paralización casi total de la actividad cultural presencial. No obstante, el sector inicia una recuperación intensa tras la reapertura, y en 2024 la asistencia se sitúa en 25,9

Gráfico 4. Espectadores de conciertos de música popular en vivo. España y CV, 2005-2024



millones de personas. Esta cifra supera los niveles de 2005 (22,1 millones) y también la cifra anterior a la pandemia de 2019 (21,7 millones), aunque todavía se mantiene lejos del máximo histórico alcanzado en 2008.

En la Comunitat Valenciana, la evolución sigue un patrón similar, aunque con ciertas particularidades. Tras alcanzar su pico también en 2008, con 3,3 millones de asistentes, el número de espectadores disminuye de forma sostenida hasta 2015 y lo hace con más intensidad que en el resto de España. Posteriormente, la tendencia se estabiliza con ligeros incrementos hasta 2020, año en el que se registra una caída abrupta en línea con el contexto nacional, situándose ese año en apenas 439 mil espectadores. La recuperación posterior es clara, aunque algo más moderada que en el conjunto de España. En 2024, la asistencia asciende a 1,5 millones de personas, lo que representa una caída acumulada del 21,6% respecto a 2005.

El panel b del gráfico permite observar la evolución del peso relativo de la Comunitat Valenciana en el total nacional de asistentes. En 2005, la región representaba aproximadamente el 8% del total de espectadores en España, pero esta cuota, creciente hasta 2008, ha ido disminuyendo

de forma progresiva hasta estabilizarse en los últimos años en torno al 5%-6%. El descenso más acusado se produce en 2021, con una recuperación parcial a partir de entonces. Esta pérdida de peso relativo pone de manifiesto una menor capacidad de la CV para atraer público en comparación con otras regiones, lo cual puede tener implicaciones en términos de competitividad cultural y posicionamiento sectorial.

En conjunto, tanto el número de conciertos como el volumen de espectadores en la Comunitat Valenciana se sitúan por debajo del peso económico y demográfico que le correspondería en el contexto nacional. Esta desalineación evidencia la existencia de limitaciones estructurales o estratégicas que podrían estar condicionando el desarrollo del sector en la región. En consecuencia, resulta pertinente considerar políticas de refuerzo orientadas a dinamizar la actividad musical en directo y a mejorar la posición relativa de la Comunitat en el panorama estatal.

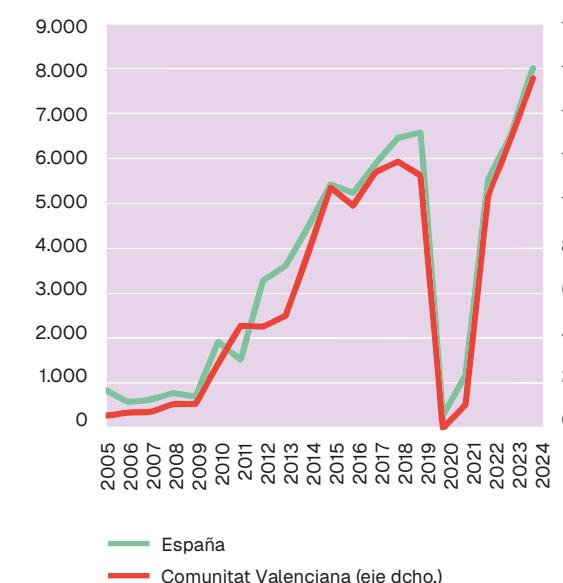
Finalmente, es importante reiterar que las cifras analizadas no incluyen la asistencia a macrofestivales. Estos eventos, por su dimensión y capacidad de atracción, concentran una parte significativa



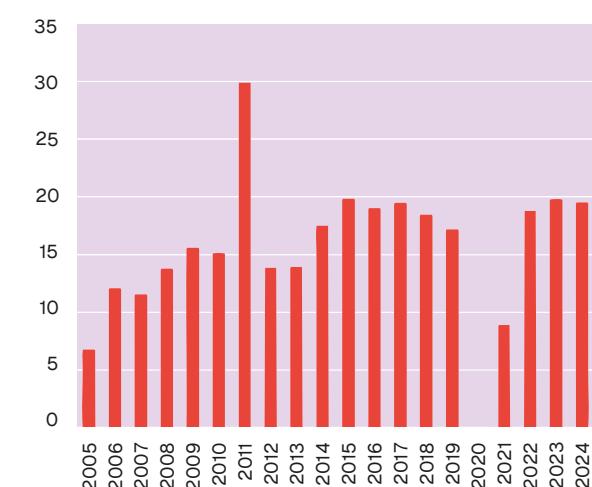
Sujeto K en «Música a la Zona Zero» (Cànter). Chiva. Mayo 2025.
Foto: Roger SC

Gráfico 5. Espectadores de macrofestivales de música popular en vivo. España y CV, 2005-2024

a. Miles de espectadores



b. Peso de la Comunitat Valenciana en los espectadores totales (porcentaje)



FUENTE: Fundación SGAE (2025)

del público y generan impactos económicos considerables. Su exclusión limita la representatividad de los datos, especialmente en comunidades como la valenciana, donde este tipo de festivales desempeñan un papel relevante. Este aspecto será abordado en la siguiente sección.

Asistencia a los macrofestivales

El **gráfico 5** recoge la evolución del número de asistentes a macrofestivales de música popular en vivo celebrados en España y en la Comunitat Valenciana durante el periodo 2005-2024. Este tipo de eventos, caracterizados por su gran escala, concentración temporal y alta capacidad de atracción, han adquirido un peso creciente dentro del conjunto del sector musical en vivo.

A nivel nacional, la asistencia a macrofestivales alcanzó en 2024 una cifra estimada de 8 millones de espectadores, lo que representa un incremento del 853,5%

respecto a 2005, año en el que la cifra de espectadores ni siquiera alcanzaba el millón de personas. Esta expansión evidencia el fuerte crecimiento de la demanda de este tipo de eventos, particularmente tras las restricciones impuestas durante la pandemia. No obstante, cabe señalar que en 2023 ya se habían recuperado prácticamente los niveles récord de 2019, cuando se alcanzaron los 6,6 millones de asistentes, lo que indica un proceso de recuperación totalmente completado y que se ha visto reforzado en 2024.

En el caso de la Comunitat Valenciana, la evolución ha sido todavía más destacada. En 2024, los macrofestivales celebrados en la región congregaron a 1,56 millones de personas, lo que equivale al 19,4% del total nacional y supone un aumento del 2.682,8% respecto a 2005. Estas cifras posicionan claramente a la Comunitat como uno de los principales focos de concentración de este tipo de espectáculos multitudinarios en el ámbito estatal.

El panel b del gráfico muestra cómo la cuota de la Comunitat Valenciana en el total nacional de asistentes a macrofestivales ha crecido de forma sostenida desde 2005, cuando se situaba en el 6,7%, hasta estabilizarse en torno al 18-19% en los años más recientes, excluyendo 2020 y 2021, períodos atípicos debido a la pandemia. Este incremento en su participación refleja no solo una expansión de la oferta regional de macrofestivales, sino también una mayor capacidad para atraer público.

La posición destacada de la Comunitat Valenciana en este ámbito resulta particularmente significativa si se compara con su peso relativo en otras variables como la población o el PIB. El hecho de que concentre cerca de una quinta parte de los asistentes a macrofestivales del país sugiere una ventaja competitiva clara en este segmento, atribuible a factores como la consolidación de marcas festivaleras reconocidas, las condiciones climáticas y geográficas favorables, y una infraestructura turística y logística adecuada.

El dinamismo de la oferta valenciana queda evidenciado en la presencia de algunos de los festivales con mayor capacidad de convocatoria del país. Según el *Anuario de la Música en Vivo* de 2025, la Comunitat Valenciana es la región de España con un mayor número de macrofestivales y de

asistentes. El Arenal Sound de Burriana, que congrega a cerca de 300.000 personas, el Rototom Sunsplash de Benicàssim con 200.000 asistentes, el FIB de Benicàssim y el Medusa Festival de Cullera, ambos con 180.000 asistentes, se encuentran entre los cinco festivales más concurridos a nivel nacional (**cuadro 1**).

Además de estos macrofestivales, durante el año 2024, la Comunitat Valenciana fue escenario de numerosos conciertos en el marco de grandes giras nacionales e internacionales, consolidándose como una plaza destacada en el circuito musical español. Los datos del *Anuario de la Música en Vivo* de 2025 destacan eventos relevantes como la actuación de Luis Miguel, quien congregó a 21.238 espectadores en el Estadio Ciutat de València, o el dúo Estopa, celebrado en la Ciutat de les Arts i les Ciències de València, que reunió a 21.840 asistentes. Melendi, por su parte, ofreció dos conciertos consecutivos en Marina Sur (València), logrando atraer a 16.872 y 17.900 asistentes respectivamente.

Finalmente, Robe actuó también en el Auditorio Marina Sur con dos presentaciones con una asistencia de 14.346 personas en una fecha y 9.122 en la otra. Estos eventos reflejan el dinamismo de la escena musical en directo en la región y su capacidad para acoger espectáculos de gran formato con una elevada afluencia de público.

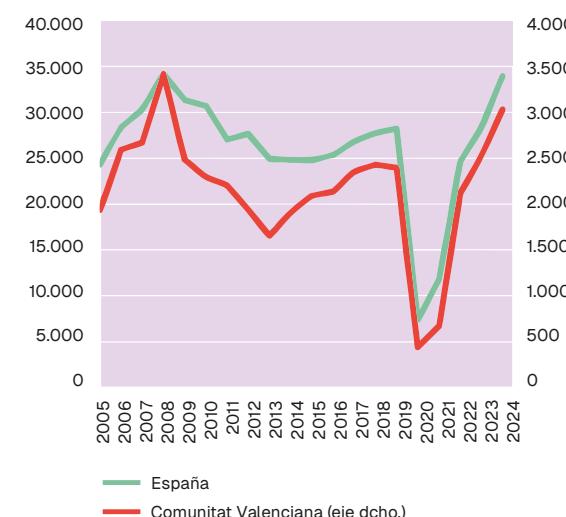
Cuadro 1. Principales festivales de la Comunitat Valenciana, 2024

| FESTIVAL | CIUDAD | ASISTENTES | DURACIÓN |
|--|---|------------|----------|
| Arenal Sound | Burriana (Castellón) | 300.000 | 6 días |
| Rototom Sunsplash | Benicàssim (Castellón) | 200.000 | 8 días |
| FIB (Festival Internacional de Benicàssim) | Benicàssim (Castellón) | 180.000 | 3 días |
| Medusa Festival | Cullera (Valencia) | 180.000 | 5 días |
| Low Festival | Benidorm (Alicante) | 69.000 | 3 días |
| SanSan Festival | Benicàssim (Castellón) | 66.000 | 3 días |
| BIGSOUND Festival | València (Ciudad de las Artes y las Ciencias) | 54.000 | 3 días |

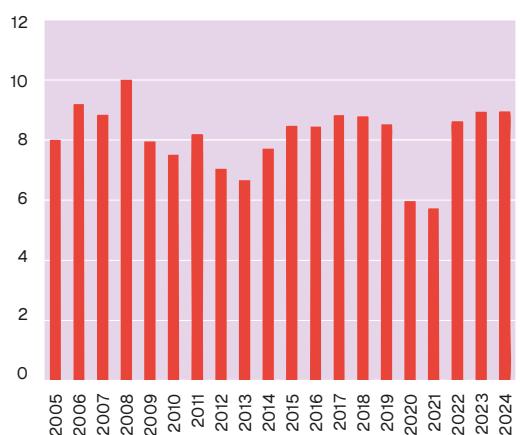
FUENTE: APM Musicales (2025).

Gráfico 6. Espectadores de conciertos y macrofestivales de música popular en vivo. España y CV, 2005-2024

a. Miles de espectadores



b. Peso de la Comunitat Valenciana en los espectadores totales (porcentaje)



FUENTE: Fundación SGAE (2025) y Ministerio de Cultura (2025).

Estas cifras posicionan a la Comunitat Valenciana como uno de los principales polos de atracción del turismo musical y cultural, confirmando su condición de epicentro estratégico para la industria de los macrofestivales en España.

Además, este tipo de eventos genera impactos económicos especialmente relevantes, al tratarse de actividades con mayor duración, efectos multiplicadores más intensos y una fuerte vinculación con el turismo cultural. Su capacidad para atraer visitantes del exterior y movilizar gasto en sectores conexos (alojamiento, restauración, transporte, comercio, etc.) los convierte en instrumentos eficaces de dinamización territorial.

En definitiva, los macrofestivales se han convertido en un motor clave de crecimiento dentro del sector de la música en vivo, y la Comunitat Valenciana se ha consolidado como un territorio estratégico en este tipo de eventos, con un posicionamiento que supera con creces lo que cabría esperar en función de su peso demográfico. Esta circunstancia refuerza la necesidad de con-

siderar políticas de apoyo específicas que aseguren su sostenibilidad y maximicen su retorno económico, social y cultural.

Asistencia total a la música en vivo

Como se ha visto, la evolución reciente del sector de la música en vivo en España y en la Comunitat Valenciana refleja dos dinámicas claramente diferenciadas. Por una parte, se ha producido un descenso progresivo en el número de conciertos tradicionales y en la asistencia a los mismos, especialmente desde la crisis económica iniciada en 2008. Aunque esta tendencia comenzó a revertirse tras el impacto de la pandemia, en territorios como la Comunitat Valenciana todavía no se han recuperado los niveles registrados en 2005. Por otra parte, el crecimiento sostenido de los macrofestivales ha compensado esta contracción, consolidándose como el principal motor de dinamización del sector.

Según muestra el **gráfico 6**, la evolución agregada de la asistencia a todos los conciertos de música en vivo (incluyendo macrofestivales) mantiene un perfil similar

Yeli Yeli. Fira Valenciana de la Música Trovam. Terra. Castellón de la Plana. Noviembre 2025.
Foto: Clàudia Marconell.



al de los datos que excluían estos últimos (gráfico 4), pero con un comportamiento significativamente más favorable. El notable incremento del número de asistentes a macrofestivales, del 853,5% en España y del 2.682,8% en la Comunitat Valenciana entre 2005 y 2024 (gráfico 5), ha permitido contrarrestar la caída experimentada por las otras modalidades de conciertos.

En consecuencia, el número total de asistentes a música en vivo en España alcanza en 2024 los 33,9 millones de personas, lo que supone un aumento del 39,7% respecto a 2005. En la Comunitat Valenciana, la cifra se sitúa en 3 millones de espectadores, con un crecimiento acumulado del 56,4% en el mismo periodo. Esta evolución positiva refleja el peso creciente de los macrofestivales como segmento estratégico del sector.

El panel b del gráfico 6 muestra que el peso de la Comunitat Valenciana en el total nacional de asistentes se estabiliza en torno al 8,9% en 2024, revirtiendo así la tendencia descendente observada en los años anteriores. La inclusión de los macrofestivales ha contribuido a mantener e incluso reforzar el posicionamiento de la región en el mercado nacional de la música en vivo.

El retroceso del concierto tradicional responde a una combinación de factores estructurales y coyunturales. En primer lugar, la crisis económica iniciada en 2008 redujo tanto la financiación pública de eventos culturales como la capacidad adquisitiva

del público, lo que afectó a la viabilidad económica de numerosos conciertos. En segundo lugar, los cambios en los hábitos de consumo cultural, asociados a la expansión de las plataformas digitales, han modificado la forma en que los consumidores acceden a la música y el entretenimiento.

Este cambio en el comportamiento del público ha derivado en una menor demanda de conciertos convencionales, acompañada de un aumento paralelo en la demanda de experiencias musicales más intensas, como los macrofestivales. A pesar de implicar un mayor coste por asistente, estos grandes eventos no parecen haberse visto perjudicados ni por la evolución económica adversa ni por la digitalización del consumo musical. Al contrario, han demostrado una elevada resiliencia y una capacidad notable de crecimiento, especialmente entre el público joven.

En este contexto, la Comunitat Valenciana se ha consolidado como uno de los principales destinos para macrofestivales en el ámbito estatal, superando con creces su peso relativo en términos de población. Esta especialización presenta efectos positivos no solo en el plano cultural, sino también en términos económicos, dado que estos eventos movilizan un importante volumen de gasto en sectores como el alojamiento, la restauración, el transporte y el comercio local.

Por todo ello, los macrofestivales deben entenderse como un activo estratégico de alto valor para la economía valenciana. A su vez,

conviene promover políticas culturales que refuercen también el tejido de conciertos tradicionales, con el objetivo de preservar una oferta musical diversa, estable y territorialmente equilibrada, que complemente el auge de los grandes eventos sin comprometer la sostenibilidad del conjunto del sector.

Recaudación en el sector de la música en vivo

La evolución de la recaudación permite analizar el comportamiento económico del sector de la música en vivo desde una perspectiva complementaria a la de la actividad y la asistencia, al incorporar información directa sobre la capacidad de generación de ingresos. El análisis de los ingresos por venta de entradas resulta especialmente relevante para identificar cambios en el modelo de negocio, en las estrategias de precios y en la disposición a pagar del público. En esta sección se examina la evolución de la recaudación diferenciando entre conciertos tradicionales, macrofestivales y el agregado

de ambos, con el objetivo de evaluar las dinámicas económicas subyacentes y el peso específico de la Comunitat Valenciana en el conjunto del mercado nacional.

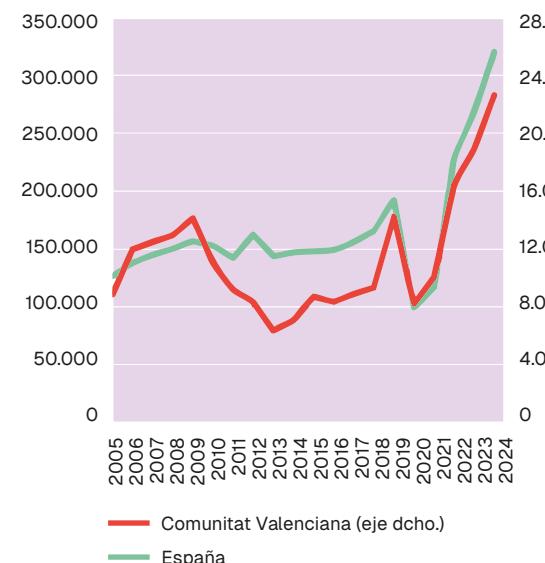
Recaudación de los conciertos de música en vivo

La recaudación por venta de entradas constituye uno de los indicadores más representativos para sintetizar la evolución reciente del sector de la música en vivo. Este parámetro no solo refleja la intensidad de la demanda, sino también la capacidad del mercado para generar ingresos, adaptarse a cambios en los hábitos de consumo y transformar su modelo de negocio.

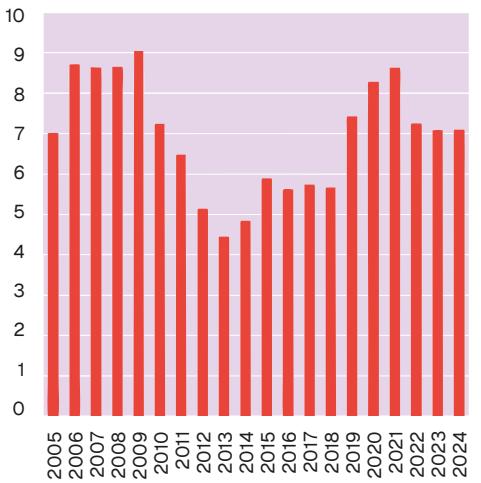
En lo que respecta a los conciertos de música popular en vivo (excluyendo los macrofestivales), el **gráfico 7** muestra una evolución fluctuante de la recaudación entre 2005 y 2024. En el conjunto de España, tras una etapa de fluctuaciones, se produce un descenso brusco en 2020 derivado de la

Gráfico 7. Recaudación en los conciertos de música popular en vivo, España y Comunitat Valenciana, 2005-2024

a. Miles de euros



b. Peso de la Comunitat Valenciana en la recaudación total (porcentaje)



NOTA: no incluye los datos de macrofestivales.
FUENTE: Fundación SGAE (2025).

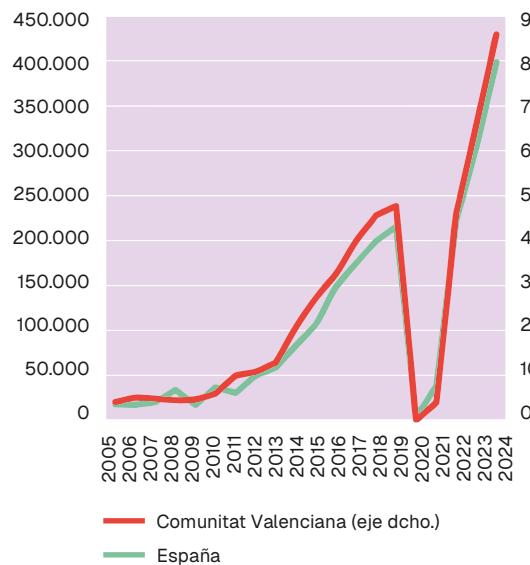
pandemia, seguido de una recuperación intensa en 2024, año en el que se alcanza un máximo histórico de 320,5 millones de euros, un 153% más que en 2005. La Comunitat Valenciana presenta una evolución similar, con un máximo de 22,6 millones de euros en 2024, lo que supone un incremento del 156% respecto al inicio del periodo. En términos relativos, la cuota de recaudación de la Comunitat sobre el total nacional ha mostrado oscilaciones, situándose alrededor del 7% desde el año 2022. Este porcentaje subraya su importancia en el mercado de conciertos en vivo, pero también muestra que este es inferior a lo que le correspondería por su peso económico y poblacional.

Esta evolución presenta una aparente paradoja: se produce una disminución acumulada en el número de conciertos y en el volumen de asistentes, pero se observa un incremento considerable en la recaudación. Como se vio, entre 2005 y 2024, el número de

conciertos se redujo un 4,9% en España y un 48% en la Comunitat Valenciana, mientras que la asistencia tan solo creció un 10,6% en España y descendió un 21,6% en la CV. Sin embargo, la recaudación creció espectacularmente en ambos territorios. Una explicación plausible reside en la aplicación de estrategias de precios *premium* y en la comercialización de experiencias exclusivas. En un contexto de menor oferta y mayor segmentación de la demanda, los promotores han optado por elevar los precios medios de las entradas, incorporando servicios de alto valor añadido como accesos VIP, encuentros con artistas o servicios personalizados. Este enfoque permite mantener márgenes elevados y sostener el volumen de ingresos pese a la reducción en el número de asistentes. En definitiva, se trata de una transformación del modelo de negocio hacia una mayor rentabilidad por espectador, en línea con las nuevas dinámicas del consumo cultural.

Gráfico 8. Recaudación de macrofestivales de música popular en vivo. España y Comunitat Valenciana, 2005-2024

a. Miles de euros



b. Peso de la Comunitat Valenciana en la recaudación total (porcentaje)



FUENTE: Fundación SGAE (2025).

La María, Fira Valenciana de la Música Trovam.
Teatro Principal. Castellón de la Plana. Noviembre 2025.
Foto: Carlos Part.



Recaudación de los macrofestivales de música en vivo

En relación con los macrofestivales, el **gráfico 8** muestra que la recaudación total generada por este tipo de eventos en España alcanzó los 398,3 millones de euros en el año 2024, superando los niveles prepandemia de 2019 (215,4 millones) y registrando un incremento del 2.169% respecto a 2005. Estos datos confirman la consolidación de los macrofestivales como uno de los principales motores económicos dentro del sector de la música en vivo.

En el caso de la Comunitat Valenciana, la recaudación obtenida en macrofestivales ascendió a 85,8 millones de euros en 2024, lo que equivale al 21,6% del total nacional. Este dato representa un crecimiento acumulado del 2.024% en el periodo analizado y confirma la posición destacada de la región en este ámbito. La elevada participación valenciana en la recaudación nacional pone de manifiesto su capacidad para atraer grandes volúmenes de público y para capitalizar el impacto económico asociado a este tipo de eventos de gran escala.

El crecimiento de la recaudación responde a factores tanto de demanda como de oferta. Desde el lado de la demanda, se identifican elementos como el aumento del nivel de renta y educación del público, así como la expansión del turismo cultural, que ha incrementado el número de visitantes interesados en experiencias musicales. Desde el punto de vista de la oferta, destacan la rentabilidad de los macrofestivales en comparación con infraestructuras culturales permanentes, su eficiencia operativa y su capacidad para concentrar una elevada afluencia en un corto periodo de tiempo. A ello se suma el apoyo institucional: muchas administraciones locales y regionales promueven activamente estos eventos como parte de sus estrategias de desarrollo económico, regeneración urbana y posicionamiento territorial.

En este contexto, la Comunitat Valenciana se consolida como un territorio estratégico dentro del circuito nacional de macrofestivales. Su participación del 21,6% en la recaudación total de España no solo refleja su relevancia económica, sino también su papel como referente cultural. Estos

eventos no solo contribuyen al crecimiento del sector creativo, sino que también reforzan la identidad territorial, estimulan el tejido social y proyectan la imagen de la región a escala nacional e internacional.

Recaudación total del sector de la música en vivo

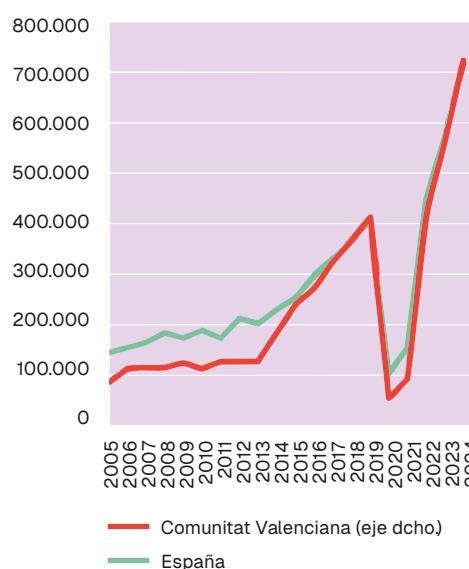
El **gráfico 9** permite analizar el impacto agregado de los conciertos y los macrofestivales sobre la recaudación total del sector de la música en vivo. En 2024, los ingresos conjuntos generados por ambos formatos alcanzaron los 718,9 millones de euros a nivel nacional, una cifra que pone de manifiesto la creciente importancia de los eventos de gran formato en la estructura económica del sector. Esta evolución no solo confirma la recuperación del mercado tras los efectos de la pandemia, sino que también refleja un cambio estructural en la configuración de la demanda cultural,

cada vez más orientada hacia propuestas intensivas, masivas y de alto componente experiencial.

En el caso de la Comunitat Valenciana, la recaudación total, incluyendo tanto conciertos tradicionales como macrofestivales, ascendió en 2024 a 108,5 millones de euros, lo que representa el 15,1% del total nacional. Esta cifra refuerza el posicionamiento de la región como uno de los principales focos de atracción dentro del panorama musical español. La capacidad de la Comunitat para movilizar público y generar ingresos en torno a la música en directo no solo evidencia su peso dentro del sector cultural, sino que también pone de relieve su contribución al turismo, la dinamización económica y la proyección territorial en un sentido amplio. En este contexto, la música en vivo se consolida como un eje estratégico dentro del ecosistema creativo valenciano y como un vector de desarrollo con capacidad para articular impactos económicos, sociales y culturales de primer orden. ●

Gráfico 9. Recaudación de conciertos y macrofestivales de música popular en vivo.
España y Comunitat Valenciana, 2005-2024

a. Miles de euros



b. Peso de la Comunitat Valenciana en la recaudación total (porcentaje)



FUENTE: Fundación SGAE (2025).

3. METODOLOGÍA

Los eventos musicales en vivo tienen múltiples repercusiones en los territorios donde se desarrollan. En primer lugar, destacan los impactos económicos, tanto a corto como a largo plazo, al generar actividad productiva y empleo. También se producen efectos culturales, al ofrecer oportunidades de acceso a la cultura, ocio y entretenimiento tanto para residentes como para visitantes (Pastor *et al.* 2024).

Desde el punto de vista turístico, estos eventos contribuyen a atraer visitantes y a reforzar la imagen y el atractivo cultural del destino. En el plano social, favorecen la cohesión comunitaria, fortalecen redes sociales y generan sentido de pertenencia. En cuanto al impacto físico y territorial, los festivales pueden dejar una huella significativa a través de la instalación de infraestructuras permanentes, la reorganización del espacio urbano y la expansión de actividades vinculadas durante todo el año.

No obstante, también existen externalidades negativas asociadas a estos eventos. Estudios previos (Devesa, 2019; Devesa *et al.*, 2012) han puesto de relieve efectos medioambientales como el consumo intensivo de recursos, la generación de residuos, la contaminación acústica, la congestión de espacios o incluso el aumento de actos vandálicos y criminalidad, especialmente en los festivales de gran formato y al aire libre.

Objeto de estudio

Este informe se centra en la estimación del impacto económico a corto plazo de los eventos musicales en directo celebrados en la Comunitat Valenciana, ya sea en festivales o en salas privadas de conciertos. Este impacto económico se genera por los gastos derivados de la celebración de los eventos, tanto por parte de los organizadores como por los asistentes, que inciden en múltiples sectores de la economía regional.

Por parte de los organizadores, se producen gastos asociados a la producción del

evento, tales como contratación de personal, alquiler de equipos, producción técnica, etc. Por parte de los asistentes, se registran consumos en restauración, transporte, alojamiento y otros servicios. Estos gastos, en conjunto, representan una inyección de demanda adicional que repercute en el crecimiento de la producción, la renta y el empleo regional.

El estudio incluye exclusivamente aquellos conciertos que implican venta de entradas, ya que son los únicos que generan

información económica sistemática. Se excluyen, por tanto, los eventos gratuitos financiados íntegramente con fondos públicos, debido a la falta de datos precisos que permitan estimar su impacto económico. También se integran en esta categoría ciertos ciclos de conciertos que, aunque se desarrollan en diferentes fechas y ubicaciones, se articulan como un único proyecto cultural.

El informe incluye una estimación del impacto económico negativo asociado a la dana de octubre de 2024, un fenómeno meteorológico extremo que provocó el cese temporal de actividad en diversas salas de conciertos, así como una reducción notable de público en algunos festivales y la cancelación de dos de ellos. El análisis considera las consecuencias de este evento sobre la actividad económica del sector, aunque no entra a valorar los daños materiales sufridos por las empresas, dada la naturaleza específica del objeto de estudio.

Enfoque metodológico

La evaluación del impacto económico de la música en directo representa una tarea de cierta complejidad metodológica. Con frecuencia se presentan como estudios de impacto económico trabajos que se limitan a contabilizar la facturación por venta de entradas. Sin embargo, este enfoque resulta claramente insuficiente, ya que omite la consideración de los gastos adicionales efectuados por los asistentes y, especialmente, no aborda la estimación del efecto multiplicador que tales gastos inducen sobre el resto del sistema económico. Por el contrario, el presente estudio se propone no solo cuantificar dichos gastos, sino también evaluar su impacto sobre la producción, el empleo y la renta generados en la Comunitat Valenciana.

El primer paso para la estimación del impacto económico de los eventos musicales en directo consiste en la identificación de los agentes implicados en la celebración de estos, es decir, aquellos cuyo gasto puede atribuirse directamente a la realización del evento. En los estudios de impacto sólo

se deben considerar los gastos que se originan exclusivamente como consecuencia de la celebración de los eventos musicales y que, por tanto, no se habrían realizado en ausencia de estos (véase **esquema 1**).

Por un lado, la organización de un evento musical implica una serie de gastos estructurales necesarios para su desarrollo, que representan una inyección de demanda sobre las empresas proveedoras de los bienes y servicios requeridos. Estos bienes y servicios provienen, en su mayoría, de empresas ubicadas en el entorno inmediato del evento o en otras zonas de la Comunitat Valenciana, lo cual genera un impacto territorial directo y medible. Por otro lado, los espectadores de estos eventos también realizan un gasto para asistir al mismo, especialmente cuando se desplazan desde otros territorios de España o del extranjero. Por ello, en este estudio, se han diferenciado dos grandes grupos de agentes económicos que generan el gasto adicional objeto de análisis: los organizadores de los eventos y los asistentes.

Los **organizadores de los eventos** ejecutan gastos relacionados con la producción técnica y logística, incluyendo la contratación de personal, el alquiler de infraestructuras y equipamientos, el montaje de los equipos de iluminación y sonido, la adquisición de materiales o servicios técnicos, los servicios de limpieza, de publicidad, etc. Muchos de estos servicios se adquieren en empresas radicadas en la Comunitat Valenciana, lo que permite captar el efecto económico regional derivado de su actividad.

Adicionalmente, la participación de los **asistentes a los eventos** también genera una serie de consumos adicionales asociados a la asistencia. Estos consumos no se limitan al coste de la entrada, sino que comprenden otros gastos relevantes como restauración, alojamiento, transporte, comercio minorista y ocio. Buena parte de estos consumos se realizan en establecimientos del entorno próximo a la ubicación del evento o en otras localidades de la Comunitat Valenciana, lo cual amplifica su impacto económico a escala regional.

Esquema 1. Gastos adicionales por agente



FUENTE: Elaboración propia.

Para estimar con precisión los gastos realizados por ambos tipos de agentes, se ha empleado información primaria recogida específicamente a través de encuestas diseñadas para este estudio. Concretamente se han distribuido formularios en línea con la colaboración activa de promotores de festivales musicales y responsables de salas de conciertos de la Comunitat Valenciana. Este año estos cuestionarios han sido más reducidos, preguntando únicamente por el número de asistentes, la duración del evento y los gastos de organización en el caso de los festivales y por el número de conciertos realizados, el número de asistentes medio, el precio medio y los gastos de funcionamiento en el caso de las salas de conciertos. Esta información se ha completado con la recogida durante 2024 referida al año 2023. En 2024 se llevó a cabo una encuesta más exhaustiva y detallada entre los organizadores de festivales y responsables de salas de conciertos, en la que se solicitaba información muy detallada sobre las partidas de gasto vinculadas a la organización de eventos en 2023, así como datos sobre el número de asistentes registrados en cada uno de ellos (véase Pastor *et al.* 2024). Esa

información se ha utilizado para desagregar los gastos totales que los organizadores y promotores han declarado para 2024, ya que se considera que esa estructura de gastos tiene cierto carácter estructural y no va a variar demasiado de un año al siguiente. Asimismo, en 2024 también se realizaron encuestas a los asistentes en los festivales y conciertos en salas, obteniendo datos relevantes referidos a 2023 sobre su lugar de procedencia, duración de la estancia en la Comunitat Valenciana y volumen de gasto desglosado en diferentes conceptos como restauración, transporte, alojamiento y otras actividades de consumo (véase Pastor *et al.* 2024). De nuevo, esta información (referida a 2023) se ha utilizado también para estimar el gasto de los asistentes en 2024, actualizando los datos de gasto conforme al Índice de Precio al Consumo (IPC).

Tras calcular los gastos realizados por los distintos agentes vinculados a los eventos musicales, se procede a la estimación de los impactos económicos directos, indirectos e inducidos que estos generan en términos de producción, renta y empleo en la Comunitat Valenciana. Estos impactos se derivan de la demanda adicional provocada



The K's. Delesté Festival.
Jardines de Viveros. Valencia. Mayo 2024.
Foto: María Carbonell. Cortesía de Just Life Music.

por la celebración de los festivales y conciertos, y permiten dimensionar de forma rigurosa la repercusión que esta actividad cultural tiene sobre el conjunto del tejido económico regional.

Existen diversas metodologías para estimar los efectos de un incremento de la demanda sobre una economía regional. Sin embargo, el enfoque más comúnmente utilizado por su capacidad analítica y su adecuación a este tipo de estudios es el análisis *input-output*. Esta metodología permite medir cómo los distintos sectores productivos de una economía están interconectados, capturando las relaciones de dependencia entre ellos.

El modelo *input-output* parte de la tabla *input-output* (TIO), una matriz que recoge cómo los bienes y servicios producidos por cada sector económico se utilizan como *inputs* en otros sectores o se destinan directamente al consumo final. La TIO se estructura en filas, que representan el destino de la producción de cada sector, y en

columnas, que muestran la composición de los *inputs* requeridos por cada sector para producir su *output*. Esta estructura permite seguir la cadena de relaciones intersectoriales y cuantificar los efectos multiplicadores de un aumento de la demanda en un sector determinado sobre el resto de la economía.

Para este informe se ha utilizado una versión actualizada de la última tabla *input-output* disponible para la Comunitat Valenciana, adaptada al año 2023. A partir de dicha matriz, se estiman los impactos económicos totales y su desagregación por ramas de actividad y por tipo de agente generador de gasto (organizadores y asistentes). Esto permite identificar con mayor precisión qué sectores se ven más beneficiados por la celebración de eventos musicales en directo.

Es importante tener en cuenta que, si bien el modelo *input-output* es una herramienta ampliamente utilizada y aceptada para estimar impactos económicos, presenta ciertas limitaciones metodológicas que deben considerarse al interpretar los

resultados. En concreto, los impactos calculados se refieren al conjunto de la economía regional, es decir, al ámbito de la Comunitat Valenciana en su totalidad. Debido a que el modelo se basa en una tabla *input-output* regional, no es posible desagregar los efectos a escala municipal o comarcal. No obstante, puede asumirse razonablemente que los municipios que acogen los eventos son los principales beneficiarios de los efectos

económicos directos, al concentrar una parte significativa del gasto realizado.

El tipo de análisis realizado en este estudio puede considerarse contrafactual, ya que estima qué parte de la producción, del empleo y de la renta generados en la Comunitat Valenciana se perdería en ausencia de los eventos musicales considerados. En este marco, se identifican y estiman tres tipos de impactos.

En primer lugar, los **impactos direc-**

Esquema 2. Gastos adicionales por agente e impactos económicos generados por la celebración de eventos musicales en directo



FUENTE: Elaboración propia.

Esquema 3. Fases del procedimiento de estimación del impacto económico total de la música en vivo

| Etapa 1 | Etapa 2 | Etapa 3 | Etapa 4 |
|--|---|--|---|
| Identificación de los agentes generadores de gasto | Cuantificación del gasto de cada uno de los agentes | Imputación sectorial del gasto realizado por los agentes | Estimación del impacto económico total y desagregado por agentes y sectores |
| Organizadores | Gasto organizadores | Gasto en el sector 1 | Impacto en el sector 1 |
| Asistentes | Gasto asistentes | Gasto en el sector N | Impacto en el sector N |

FUENTE: Elaboración propia.

↓
Impacto agregado total

tos son los efectos inmediatos generados por el gasto de los organizadores y de los asistentes a los eventos. Estos incluyen, por ejemplo, los desembolsos en servicios técnicos, contratación de personal, logística, restauración o transporte. Representan el primer nivel de activación económica derivado de la realización del evento.

En segundo lugar, los **impactos indirectos** se originan a partir del efecto en cadena que produce el aumento de la demanda en los sectores que se benefician directamente. Estos sectores, para hacer frente al incremento de actividad, necesitan adquirir bienes y servicios de otros sectores proveedores, los cuales también aumentan su producción. De este modo, se desencadena un proceso multiplicador que se encadena por el conjunto de la economía valenciana.

Por último, los **impactos inducidos** corresponden a los efectos derivados del incremento del gasto por parte de los hogares como consecuencia del aumento de renta generado por los impactos directos e indirectos. Es decir, tanto los trabajadores como las empresas que se benefician inicialmente del evento disponen de mayores ingresos, lo que se traduce en un mayor consumo de otros bienes y servicios, generando así una nueva oleada de demanda.

Estos dos últimos tipos de impactos, el indirecto y el inducido, cuando se combinan, conforman lo que se conoce como el «efecto multiplicador» asociado a la inyección de gasto adicional provocada por la celebración de eventos musicales en vivo. Este efecto refleja cómo una inyección de demanda inicial, el gasto directo generado por los organizadores y asistentes de los eventos, se propaga por el conjunto del sistema económico, amplificando su impacto a través de sucesivas rondas de gasto (**esquema 2**).

Así pues, estos impactos conforman en conjunto lo que se denomina el efecto multiplicador asociado al gasto inicial provocado por los eventos musicales en directo.

A través de este efecto, se pone de manifiesto cómo una actividad cultural puede desencadenar una cadena de efectos positivos sobre numerosos sectores de la economía regional, reforzando el papel estratégico de la cultura en el desarrollo económico territorial.

El procedimiento seguido para estimar el impacto económico total derivado de los eventos musicales en la Comunitat Valenciana, así como las fuentes estadísticas utilizadas, se articula en cuatro etapas (**esquema 3**). En primer lugar, se realiza la identificación de los agentes generadores de gasto, es decir, aquellos actores cuya participación en los eventos genera un gasto directo adicional. Tal y como se ha explicado anteriormente, en este estudio se han considerado dos agentes principales: los organizadores de los eventos y los asistentes.

La segunda etapa consiste en la cuantificación del gasto de cada uno de los agentes. Una vez delimitados los agentes que intervienen en la generación del impacto, se procede a estimar los niveles de gasto que realizan utilizando la información obtenida a través de las encuestas específicas dirigidas a ambos colectivos: por un lado, las empresas organizadoras de conciertos y festivales, y por otro, el público asistente.

En la tercera etapa, se lleva a cabo la imputación sectorial del gasto total. Esta fase implica asignar el gasto total estimado en la fase anterior a los distintos sectores de actividad económica que componen la tabla *input-output* de la Comunitat Valenciana. De este modo, se obtiene una visión precisa del destino sectorial de los recursos movilizados por la celebración de los eventos.

Por último, la cuarta etapa es la estimación del impacto económico. En este punto se calcula el efecto total del gasto sobre la economía regional, desagregado tanto por sectores de actividad como por tipo de agente generador. Este cálculo se realiza aplicando la metodología del análisis *input-output*. ●

4. LOS AGENTES ECONÓMICOS Y SU CONTRIBUCIÓN AL IMPACTO

Al igual que en anterior informe, en este se consideran dos agentes económicos generadores de gasto adicional con motivo de la celebración de los eventos musicales en directo: los organizadores de los eventos y sus asistentes, tanto en el caso de conciertos celebrados en salas como en festivales de música.

Como se ha explicado en la sección anterior, la recopilación de información sobre el gasto de cada uno de estos colectivos se ha realizado por medio de cuestionarios a organizadores y asistentes.¹

El gasto de los organizadores de festivales musicales

En el caso de los organizadores, los cuestionarios referidos a este año y el anterior proporcionan información sobre el número total de asistentes a los festivales, su procedencia geográfica y los gastos operativos incurridos, así como su desagregación entre diferentes partidas. Estas partidas incluyen, entre otras, la contratación de artistas, los gastos del personal, el alquiler de ins-

talaciones, iluminación y sonido, montaje, limpieza, seguridad, servicios médicos, transporte, restauración y *marketing*.

Se han considerado un total de 155 festivales de música en directo celebrados durante el año 2024 en la CV, la mayoría de los cuales requerían el pago de una entrada. A todos los organizadores de estos festivales se les envió el cuestionario.² Con el objetivo de mejorar la precisión de las estimaciones del gasto de los organizadores se optó por agrupar los festivales en clústeres con características homogéneas en cuanto a tamaño y público objetivo (local, regional, nacional o internacional). Esta clasificación se ha utilizado también para extrapolar posteriormente los datos relativos al gasto, tanto de los organizadores como de los asistentes.

Los festivales fueron organizados en seis grupos diferenciados (**cuadro 2**). Esta segmentación revela una notable diversidad en cuanto al tamaño de los eventos, el tipo de audiencia que convocan y su duración. Los grupos van desde los «eventos musicales locales» de tamaño reducido hasta los «macrofestivales», reflejando un crecimiento progresivo en términos de asistencia media y en la escala general del evento.

¹ En 2024 se realizó una encuesta exhaustiva sobre las distintas partidas de gasto de los organizadores de conciertos y festivales, que permitió caracterizar con detalle la estructura de costes del sector. Sin embargo, para el presente estudio se ha llevado a cabo una encuesta simplificada a organizadores de festivales y responsables de salas de conciertos que se ha combinado con la información más detallada de la encuesta de 2024, bajo el supuesto de que los patrones de gasto identificados en 2023 se mantienen en el tiempo al responder a comportamientos de naturaleza estructural. Esta simplificación obedece a criterios de eficiencia y brevedad, y pretende evitar una sobrecarga innecesaria de trabajo a las empresas organizadoras que han colaborado en el estudio. Los organizadores recibieron directamente el formulario a través de la Valencian Music Office. En el caso de la encuesta a los asistentes, en este informe se han utilizado los datos obtenidos en el estudio anterior, actualizando las cifras de gasto mediante la aplicación del IPC, y la de asistentes a partir de la información proporcionada por los organizadores. En ese caso la colaboración de los organizadores fue clave, ya que facilitaron su difusión utilizando sus propias bases de datos de compradores de entradas, enviándola por correo electrónico a quienes habían adquirido tickets previamente. El diseño de ambos cuestionarios fue realizado con la colaboración de los organizadores de festivales y de salas de conciertos, así como del personal de la Valencian Music Office, quienes revisaron los borradores iniciales y realizaron valiosas sugerencias.

² La tasa de respuesta fue del 14,2 % del total.

Cuadro 2. Grupos de festivales celebrados en la Comunitat Valenciana en 2024

| GRUPO | PÚBLICO OBJETIVO | Nº MEDIO DE ASISTENTES | DURACIÓN MEDIA (DÍAS) | Nº DE FESTIVALES | PORCENTAJE SOBRE TOTAL N° DE FESTIVALES |
|---|------------------------------|------------------------|-----------------------|------------------|---|
| 1 Eventos musicales locales | Local o Comunitat Valenciana | 6.373 | 1 | 38 | 24,52 |
| 2 Festivales locales pequeños | Local o Comunitat Valenciana | 8.274 | 1 | 53 | 34,19 |
| 3 Festivales locales medios | Local o Comunitat Valenciana | 5.041 | 3 | 28 | 18,06 |
| 4 Festivales locales grandes | Local o Comunitat Valenciana | 29.100 | 6 | 11 | 7,10 |
| 5 Festivales nacionales/internacionales | Estatal o Internacional | 45.000 | 2 | 20 | 12,90 |
| 6 Macrofestivales | Estatal o Internacional | 217.500 | 5 | 5 | 3,23 |
| TOTAL | | 20.190 | 2 | 155 | 100,00 |

NOTA: En la clasificación de los festivales por grupos se ha tenido en cuenta la procedencia del público objetivo, el tamaño, así como la duración de los festivales. El grupo de macrofestivales incluye el Arenal Sound, el FIB, el Medusa Sunbeach, el Rototom y el Zevra Fest.

FUENTE: Elaboración propia.

Concretamente, los grupos 1 y 2, correspondientes a eventos musicales locales y festivales locales pequeños, atraen fundamentalmente a público residente en la Comunitat Valenciana, con una media de asistencia de 6.373 y 8.274 personas, respectivamente. Los grupos 3 y 4, festivales locales medios y grandes, también se dirigen mayoritariamente a público local, pero en el caso del grupo 4 cuentan con una capacidad de atracción superior, con una media de 29.100 asistentes. Por último, los grupos 5 y 6, festivales nacionales e internacionales, y los macrofestivales, si bien son menos numerosos, congregan a una audiencia significativamente mayor, con medias de 45.000 y 217.500 asistentes, respectivamente. Estas cifras reflejan su elevado impacto y proyección tanto a escala estatal como internacional.

El **gráfico 10** ilustra visualmente el peso relativo de cada uno de estos grupos en el conjunto de festivales considerados. Los festivales locales pequeños son los más frecuentes, representando un 34,19% del total, seguidos por los eventos musicales locales (24,52%) y los festivales locales medios (18,06%). En conjunto, estos tres grupos representan más de las tres cuartas partes del total de festivales analizados, con un 76,8% del conjunto.

El **cuadro 3** permite observar cómo varía la procedencia del público según el tipo de festival celebrado en la Comunitat Valenciana. Se identifican diferencias claras en la composición geográfica de los asistentes, estrechamente ligadas a la escala del evento. En el caso de los festivales de menor tamaño (grupo 1) y carácter más local, la mayoría de los asistentes son resi-

Cuadro 3. Procedencia de los asistentes a los festivales de la Comunitat Valenciana en 2024 según tipo de festival

| GRUPO | TOTAL | Nº DE ASISTENTES MEDIO | | | | ESTRUCTURA PORCENTUAL (%) | | |
|---|---------------|---------------------------------------|--------------------------------|------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|------------------------|--|
| | | ASISTENTES DE LA COMUNITAT VALENCIANA | ASISTENTES DEL RESTO DE ESPAÑA | ASISTENTES EXTRANJEROS | ASISTENTES DE LA COMUNITAT VALENCIANA | ASISTENTES DEL RESTO DE ESPAÑA | ASISTENTES EXTRANJEROS | |
| 1 Eventos musicales locales | 6.373 | 5.912 | 384 | 77 | 92,77 | 6,02 | 1,20 | |
| 2 Festivales locales pequeños | 8.274 | 7.352 | 634 | 288 | 88,86 | 7,66 | 3,48 | |
| 3 Festivales locales medios | 5.041 | 3.483 | 1.491 | 67 | 69,09 | 29,58 | 1,33 | |
| 4 Festivales locales grandes | 29.100 | 19.796 | 6.085 | 3.219 | 68,03 | 20,91 | 11,06 | |
| 5 Festivales nacionales/internacionales | 45.000 | 31.564 | 7.774 | 5.662 | 70,14 | 17,28 | 12,58 | |
| 6 Macrofestivales | 217.500 | 92.162 | 94.923 | 30.415 | 42,37 | 43,64 | 13,98 | |
| TOTAL | 20.190 | 13.043 | 5.077 | 2.070 | 64,60 | 25,15 | 10,25 | |

FUENTE: Elaboración propia.

dentes en la propia Comunitat (92,8%) y solo el 7,2% son de fuera de la CV. Esto pone de manifiesto su orientación hacia un público de proximidad, vinculado directamente al entorno regional.

Conforme aumenta la envergadura de los festivales, también se incrementa su capacidad para atraer públicos externos a la Comunitat Valenciana. En los festivales locales de pequeño formato (grupo 2), la proporción de asistentes de fuera de la región ya se sitúa en el 11,1%. Esta cifra crece de forma significativa en los festivales de tamaño medio (grupo 3), donde un 30,9% del público procede de otros territorios, y se mantiene elevada en los festivales grandes (grupo 4), con un 32%. En los eventos catalogados como nacionales o internacionales

(grupo 5), el porcentaje de asistentes no residentes en la Comunitat también se sitúa cerca del 30%.

La diferencia más marcada, no obstante, se da en los macrofestivales (grupo 6), donde el perfil del público adquiere un carácter claramente suprarregional e incluso internacional. En este tipo de eventos, menos de la mitad de los asistentes (42,37%) son residentes en la Comunitat Valenciana. El 57,63% restante procede de otras partes de España (43,64%) o del extranjero (13,98%). Estos datos no solo subrayan la capacidad de convocatoria de los macrofestivales, sino que los posicionan como herramientas clave para la proyección cultural de la región, con un impacto que va más allá del ámbito estrictamente económico.

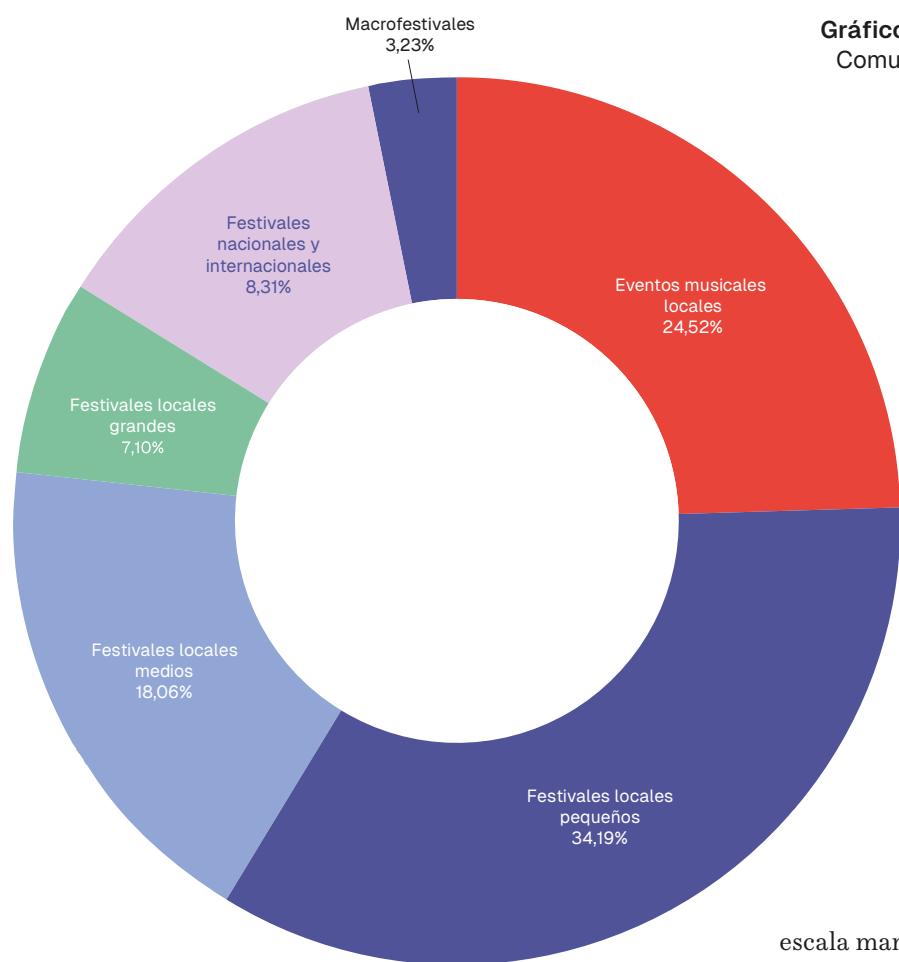


Gráfico 10. Festivales celebrados en la Comunitat Valenciana en 2024 según tipo de festival (porcentaje)

FUENTE: Elaboración propia.

La tendencia observada confirma que los festivales de mayor escala no solo crecen en términos de producción y programación, sino que amplían significativamente su influencia territorial, generando flujos turísticos que benefician a sectores como el de alojamiento, la hostelería y los servicios. Esta ampliación del perfil del público está estrechamente vinculada con la visibilidad que estos eventos logran a través de sus campañas de comunicación y su capacidad para integrarse en circuitos musicales de alcance nacional e internacional.

En definitiva, se observa una clara dualidad en el perfil de los festivales según su tamaño. Mientras los eventos de menor

escala mantienen un fuerte vínculo con el entorno local y son consumidos principalmente por la población residente, aquellos de mayor dimensión logran activar flujos de visitantes mucho más amplios y variados, tanto del resto de España como del extranjero. Esta capacidad de movilización reforza el papel estratégico de los festivales más destacados como palancas del turismo cultural. Su celebración tiene efectos colaterales positivos en numerosos sectores económicos, especialmente en la hostelería, el alojamiento y el transporte, al tiempo que afianza la posición de la Comunitat Valenciana como uno de los nodos fundamentales dentro del panorama musical tanto a nivel nacional como internacional.

La información recogida en el cuadro 4 permite analizar el gasto medio destinado a la organización de los distintos tipos de

festivales en la Comunitat Valenciana. En términos generales, cada festival conlleva un gasto promedio de alrededor de 750 mil euros por parte de los organizadores. Sin embargo, no todo ese desembolso repercute directamente en la economía valenciana, ya que una parte significativa se destina a proveedores de fuera de la región. De ese total, aproximadamente 413 mil euros (55,2% del total) corresponden a compras efectuadas dentro de la Comunitat Valenciana, que son las que efectivamente generan impacto económico en el entorno regional.

La magnitud económica que representa la organización de un festival varía significativamente en función de su tamaño y alcance. Los datos revelan una relación directa entre la dimensión del evento y el volumen de recursos movilizados, tanto en términos absolutos como en su impacto sobre la economía regional. En el caso de los formatos más reducidos, el gasto es claramente más limitado y, además, se destina en su mayoría a proveedores de la Comunitat Valenciana. Por ejemplo, los eventos

musicales locales (grupo 1) presentan un presupuesto medio de 150 mil euros, de los cuales un 94,3% se realiza dentro del territorio autonómico. Del mismo modo, en los festivales locales pequeños (grupo 2), el desembolso medio asciende a 109 mil euros, con un 77,2% realizado en empresas valencianas.

Sin embargo, esta proporción tiende a cambiar conforme los festivales ganan en envergadura. El aumento en la escala del evento conlleva también un crecimiento notable del presupuesto. En el extremo superior se sitúan los macrofestivales (grupo 6), cuya organización requiere de una inversión promedio superior a los 6,9 millones de euros. De este total, 3,8 millones se destinan a empresas de la Comunitat Valenciana, lo que representa el 54,8% del gasto. Esta diferencia no solo refleja el mayor volumen de asistentes que estos eventos atraen, sino también la sofisticación de sus necesidades técnicas, la complejidad logística y la contratación de servicios más especializados que, en muchos casos, provienen de fuera

Cuadro 4. Gasto medio de los organizadores de festivales celebrados en la Comunitat Valenciana en 2024 según tipo (euros y porcentaje)

| GRUPO | GASTO MEDIO TOTAL | GASTO MEDIO EN CV | % CV / TOTAL | GASTO MEDIO TOTAL POR DÍA DE FESTIVAL | GASTO MEDIO EN CV POR DÍA DE FESTIVAL | % CV / TOTAL |
|---|-------------------|-------------------|--------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------|
| 1 Eventos musicales locales | 159.397 | 150.234 | 94,3% | 159.397 | 150.234 | 94,3% |
| 2 Festivales locales pequeños | 141.263 | 109.086 | 77,2% | 102.748 | 79.344 | 77,2% |
| 3 Festivales locales medios | 201.996 | 83.676 | 41,4% | 62.072 | 25.713 | 41,4% |
| 4 Festivales locales grandes | 1.250.333 | 658.228 | 52,6% | 269.045 | 141.636 | 52,6% |
| 5 Festivales nacionales/internacionales | 2.420.000 | 1.197.524 | 49,5% | 1.210.000 | 598.762 | 49,5% |
| 6 Macrofestivales | 6.957.500 | 3.811.719 | 54,8% | 1.573.000 | 861.780 | 54,8% |
| TOTAL | 749.298 | 413.438 | 55,2% | 311.389 | 183.717 | 59,0% |

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 5. Gasto ejecutado en la organización de los festivales celebrados en la Comunitat Valenciana en 2024 según tipo (euros)

| GRUPO | GASTO TOTAL | GASTO EN LA CV | GASTO EN EL RESTO DE ESPAÑA | GASTO EN EL EXTRANJERO |
|---|--------------------|-------------------|-----------------------------|------------------------|
| 1 Eventos musicales locales | 6.057.096 | 5.708.894 | 348.202 | 0 |
| 2 Festivales locales pequeños | 7.486.960 | 5.781.556 | 1.694.686 | 10.719 |
| 3 Festivales locales medios | 5.655.892 | 2.342.926 | 2.532.835 | 780.131 |
| 4 Festivales locales grandes | 13.753.667 | 7.240.511 | 4.249.174 | 2.263.981 |
| 5 Festivales nacionales/internacionales | 48.400.000 | 23.950.481 | 15.978.776 | 8.470.743 |
| 6 Macrofestivales | 34.787.500 | 19.058.593 | 8.288.436 | 7.440.471 |
| TOTAL | 116.141.115 | 64.082.962 | 33.092.109 | 18.966.045 |

FUENTE: Elaboración propia.

de la región. Esta evolución evidencia la importancia de diseñar estrategias que incentiven una mayor participación del tejido empresarial local en los grandes eventos musicales, para así optimizar sus beneficios económicos dentro del territorio.

El cuadro 5 y el gráfico 11 ofrecen una visión detallada del volumen total de gasto ejecutado en la organización de los festivales celebrados en la Comunitat Valenciana en 2024, diferenciando por tipo de evento y, especialmente, desglosando la localización geográfica de dicho gasto: si se ha realizado dentro de la propia comunidad, en el resto de España o en el extranjero.

En términos globales, los organizadores de festivales movilizaron **más de 116 millones de euros**, de los cuales **64 millones** se ejecutaron en empresas y proveedores de la Comunitat Valenciana, dato que subraya la magnitud económica que representa el sector para el tejido productivo regional.

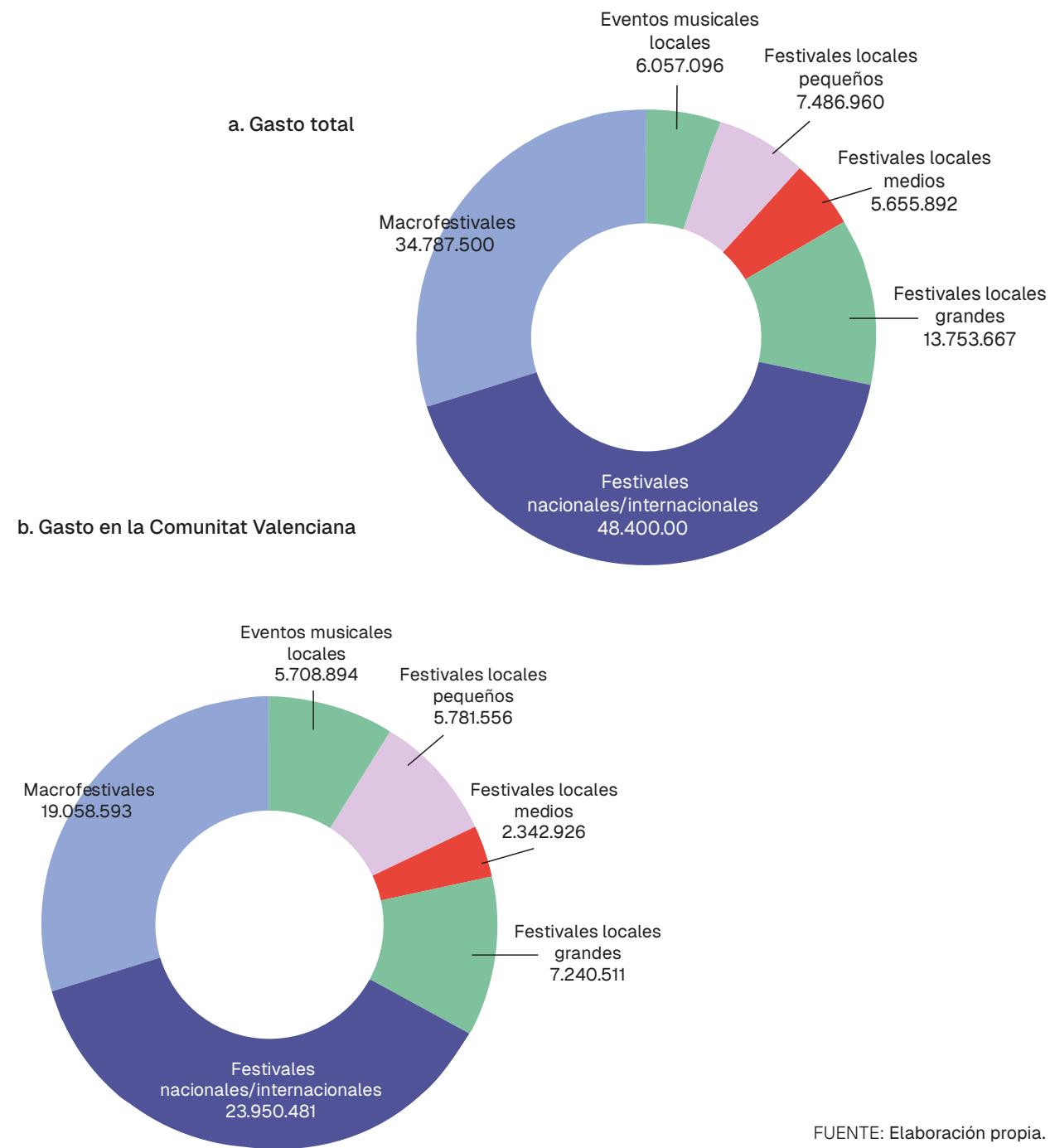
Por volumen total de gasto, destacan especialmente los festivales nacionales e internacionales (grupo 5), cuya organiza-

ción generó un desembolso conjunto de 48,4 millones de euros, siendo el grupo que más recursos moviliza. Le siguen los macrofestivales (grupo 6), con 34,8 millones de euros. La diferencia en el gasto total entre ambos grupos se explica por la mayor cantidad de festivales del grupo 5, aunque individualmente los macrofestivales tienden a requerir presupuestos más elevados.

No obstante, si se observa únicamente el gasto realizado dentro de la Comunitat Valenciana, se observa que los festivales nacionales/internacionales (grupo 5) también lideran en términos absolutos, con casi 24 millones de euros ejecutados en la región, ligeramente por encima de los 19 millones asociados a los macrofestivales. Esta inversión directa en la economía valenciana se ve representada en el panel b del gráfico 11, donde ambos grupos concentran el mayor peso del gasto regional.

Por su parte, los festivales de menor tamaño, como los eventos musicales locales (grupo 1) y los festivales locales pequeños (grupo 2), aunque presentan menores cifras

Gráfico 11. Gasto ejecutado en la organización de los festivales celebrados en la Comunitat Valenciana en 2024 según tipo (euros)



FUENTE: Elaboración propia.

en términos absolutos, muestran una mayor propensión a consumir bienes y servicios dentro de la propia comunidad. En el caso de los eventos musicales locales, casi la totalidad del gasto (5,7 millones de un total de 6 millones) se queda en la Comunitat Valenciana.

El **gráfico 11** complementa visualmente la información del cuadro. En el panel a, que representa el gasto total por tipo de festival, se aprecia claramente el peso dominante de los festivales nacionales/internacionales y macrofestivales en el volumen total. En el b, que recoge únicamente el gasto en la CV, destaca el papel de estos dos grandes formatos como principales motores económicos para el territorio,

aunque también se visualiza la relevancia de los festivales locales en términos relativos, dada su alta concentración de gasto en proveedores de proximidad.

En conjunto, la información presentada evidencia que, si bien los festivales de gran escala movilizan el mayor volumen de recursos, los festivales más pequeños muestran un fuerte arraigo local en términos económicos. Ambos extremos del espectro son esenciales para el dinamismo del ecosistema musical valenciano y su impacto sobre el resto de la economía.

El **cuadro 6** presenta una desagregación detallada del gasto que implica la organización de festivales en la Comunitat Valenciana durante el año 2024, clasificándolo

por partidas específicas y diferenciando si dicho gasto se ejecuta dentro de la región o fuera de ella. Esta información permite identificar tanto los conceptos que absorben mayores recursos como aquellos que generan un mayor retorno económico para las empresas locales.

El análisis revela que la contratación de artistas concentra la mayor parte del gasto total, con 49,4 millones de euros, lo que representa el 42,52% del presupuesto total destinado a la organización de festivales. Sin embargo, solo una parte reducida de este gasto, 11,38 millones de euros (23%), se queda en la Comunitat Valenciana, lo que sugiere que una parte importante de los artistas contratados proviene de fuera del ámbito regional, limitando así el impacto económico directo en el entorno más próximo. Esta es la razón por la que, a pesar de ser la partida más importante con diferencia en cuanto a gasto total, sea la segunda en cuanto a gasto realizado en la Comunitat Valenciana.

En segundo lugar, se sitúan los gastos de personal, que suman 12,85 millones de euros, y que se ejecutan casi en su totalidad en la Comunitat, con 12,28 millones, lo que equivale al 19,16% del gasto local. Este dato pone de relieve la importancia del empleo generado directamente en el territorio valenciano por la celebración de estos eventos, siendo uno de los conceptos que más contribuye al mercado laboral de la región.

También destacan por su peso en el gasto local en la CV otras partidas como las infraestructuras y alquileres de instalaciones, con 8,5 millones de euros (13,28% del total), y montaje, iluminación y sonido, con 7,4 millones de euros (11,55%). Ambas categorías están estrechamente relacionadas con el uso de proveedores técnicos del entorno y muestran una fuerte vinculación con el tejido productivo regional.

Asimismo, la restauración y bebidas, con 11,46 millones de euros de gasto total, generan 8,4 millones en la Comunitat Valenciana, es decir, el 13,11% del total local, reforzando la idea de que estos eventos benefician especialmente al sector hostelero local.

Por otro lado, se observan partidas de menor peso en el presupuesto total pero con un alto porcentaje de ejecución en la Comunitat, como los servicios de limpieza o médicos, cuya totalidad se contrata con empresas locales. La gestión de entradas muestra también un nivel importante de ejecución local con un 91,3% del gasto en la CV.

En conjunto, el total de gasto realizado por los organizadores alcanza 116,1 millones de euros, de los cuales 64 millones, más de la mitad, se destinan a empresas y proveedores valencianos. Esta estructura de gasto refleja tanto la dimensión económica del sector como el potencial multiplicador de los festivales para la economía regional, especialmente en aquellas partidas que dependen de recursos humanos, técnicos y logísticos que se pueden contratar localmente.

El gasto de los organizadores de eventos musicales en salas privadas de conciertos

En el caso de las salas de conciertos, se han identificado un total de 38 en la Comunitat Valenciana. El **cuadro 7** y el **gráfico 12** permiten observar la configuración de las mismas en la Comunitat Valenciana en 2024, atendiendo a su tamaño (aforo) y su contribución al volumen total de conciertos y público. Esta clasificación en salas grandes, medianas y pequeñas revela patrones diferenciados de funcionamiento y alcance que configuran una red diversa y complementaria de espacios para la música en vivo.

Las **salas pequeñas**, aquellas con una capacidad inferior a 300 personas, constituyen el grupo más numeroso dentro del tejido de infraestructuras musicales: representan el 57,9% del total de salas activas. Esta elevada presencia también se traslada al número de conciertos organizados, en el que estas salas asumen el 58,1% del total, evidenciando su papel como principal motor de programación musical en términos cuantitativos. Sin embargo, su peso en términos de público es más contenido, con el 29,8% del total de asistentes, lo que muestra su fuerte orientación a formatos más íntimos y de menor escala.

Cuadro 6. Gasto ejecutado en la organización de los festivales celebrados en la Comunitat Valenciana por concepto, 2024

| GRUPO | EUROS | | ESTRUCTURA PORCENTUAL | |
|---|--------------------|-------------------|-----------------------|----------------|
| | GASTO TOTAL | GASTO EN LA CV | GASTO TOTAL | GASTO EN LA CV |
| Contratación de artistas | 49.388.435 | 11.377.924 | 42,52 | 17,75 |
| Gastos de personal | 12.853.166 | 12.278.261 | 11,07 | 19,16 |
| Infraestructuras, alquiler de instalaciones, etc. | 10.846.531 | 8.513.357 | 9,34 | 13,28 |
| Montaje, iluminación y sonido | 11.547.648 | 7.401.133 | 9,94 | 11,55 |
| Servicios de limpieza | 1.239.983 | 1.239.983 | 1,07 | 1,93 |
| Seguridad | 3.639.984 | 2.967.757 | 3,13 | 4,63 |
| Servicios médicos | 825.073 | 825.073 | 0,71 | 1,29 |
| Bebidas y restauración | 11.462.351 | 8.404.296 | 9,87 | 13,11 |
| Publicidad y comunicación | 5.226.427 | 3.214.411 | 4,50 | 5,02 |
| Transporte | 1.284.525 | 1.068.043 | 1,11 | 1,67 |
| Gestión de entradas | 2.003.845 | 1.829.304 | 1,73 | 2,85 |
| Otros gastos | 5.823.147 | 4.963.420 | 5,01 | 7,75 |
| Total gasto | 116.141.115 | 64.082.962 | 100,00 | 100,00 |

FUENTE: Elaboración propia.

Por su parte, las **salas medianas**, con una capacidad que oscila entre 300 y 499 personas, tienen una menor representación numérica (23,7% del total de salas), pero una influencia destacada tanto en el número de conciertos (32,7%) como, sobre todo, en el volumen de público (40,5%). Esto sugiere que estas salas logran un equilibrio muy eficiente entre capacidad, programación y atracción de audiencias, consolidándose como espacios clave en la oferta musical regional.

Cuadro 7. Clasificación de salas dedicadas a los eventos musicales en la Comunitat Valenciana según sus características, 2024

| TIPO DE SALA | AFORO | NÚMERO DE SALAS | NÚMERO DE CONCIERTOS ORGANIZADOS | NÚMERO DE ASISTENTES A LOS CONCIERTOS |
|----------------|-----------------|-----------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Salas grandes | Más de 500 | 7 | 700 | 420.000 |
| Salas medianas | Entre 300 y 499 | 9 | 2.509 | 571.203 |
| Salas pequeñas | Menos de 300 | 22 | 4.458 | 420.820 |
| TOTAL | | 38 | 7.667 | 1.412.023 |

a. Valores absolutos

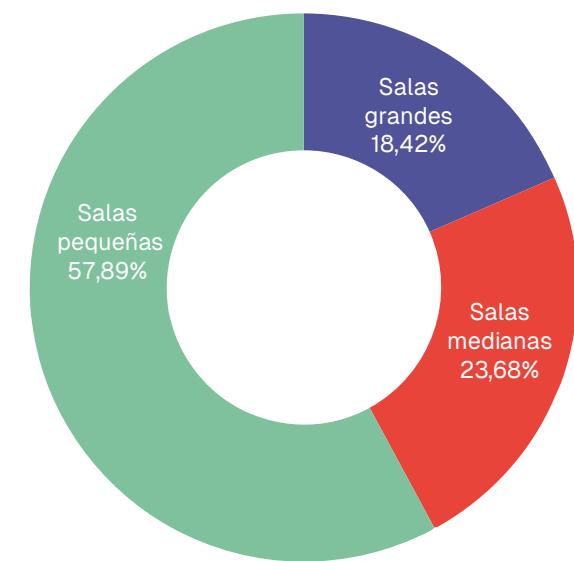
| TIPO DE SALA | AFORO | NÚMERO DE SALAS | NÚMERO DE CONCIERTOS ORGANIZADOS | NÚMERO DE ASISTENTES A LOS CONCIERTOS |
|----------------|-----------------|-----------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| Salas grandes | Más de 500 | 18,4 | 9,1 | 29,7 |
| Salas medianas | Entre 300 y 499 | 23,7 | 32,7 | 40,5 |
| Salas pequeñas | Menos de 300 | 57,9 | 58,1 | 29,8 |
| TOTAL | | 100 | 100 | 100 |

b. Estructura porcentual

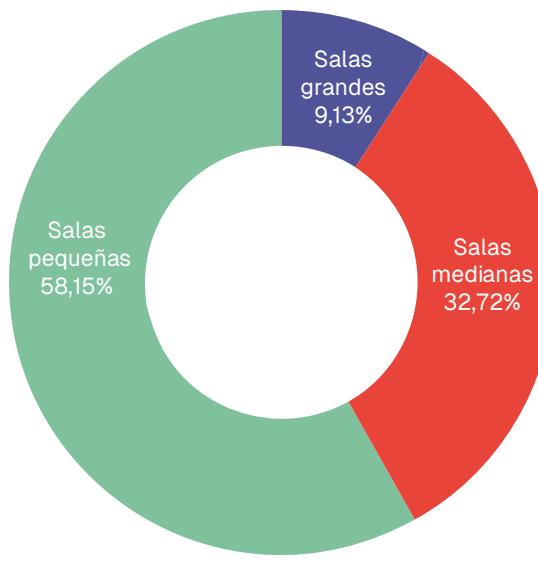
En el caso de las **salas grandes**, con aforos superiores a 500 personas, su presencia es minoritaria (18,4% del total), y son responsables únicamente del 9,1% de los conciertos organizados. No obstante, su capacidad para concentrar audiencias es notoria: pese a organizar un número más reducido de eventos, reúnen el 29,7% del total de asistentes, lo que pone de manifiesto su capacidad para acoger propuestas de mayor convocatoria, como giras de artistas consagrados o eventos de mayor envergadura.

Gráfico 12. Número de salas, conciertos y asistentes por tipo de sala. Comunitat Valenciana, 2024 (porcentaje)

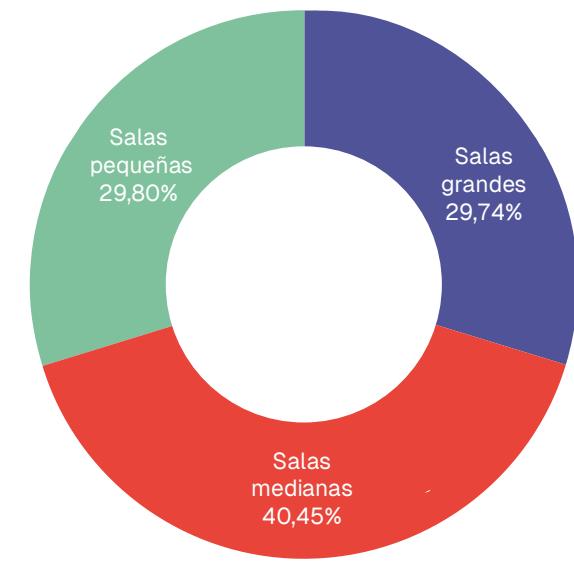
a. Número de salas



b. Número de conciertos organizados



b. Número de asistentes a los conciertos



FUENTE: Elaboración propia.

FUENTE: Elaboración propia.

Estos datos evidencian cómo cada tipo de sala desempeña un papel distinto y complementario en la escena musical valenciana. Las salas pequeñas actúan como semillero de actividad cultural constante, facilitando el acceso a conciertos en todo tipo de municipios y favoreciendo a artistas emergentes. Las salas medianas, por su parte, se consolidan como el núcleo dinámico del circuito musical en vivo, y las salas grandes se posicionan como espacios estratégicos para eventos de alto impacto y gran afluencia.

Esta estructura diversa permite que la música en directo llegue a públicos muy diferentes, en territorios de distinto tamaño y con propuestas artísticas variadas. Además, refuerza el papel de las salas no solo como espacios de entretenimiento, sino como infraestructuras culturales esenciales, especialmente en contextos urbanos y metropolitanos. En particular, las salas de menor y mediano aforo tienen un papel crucial en la formación de nuevos públicos, en el fortalecimiento de la escena local y en la vertebración del territorio desde la cultura.

En definitiva, los datos confirman que, aunque los festivales concentren la atención mediática y grandes audiencias, las salas de conciertos siguen siendo el pilar estructural del ecosistema musical, permitiendo una programación sostenida a lo largo del año, la profesionalización de los artistas emergentes y el acceso continuo a la música en vivo por parte de la ciudadanía.

El **cuadro 8** ofrece una visión detallada sobre la procedencia del público que asiste a los conciertos en salas de la Comunitat Valenciana, desglosando la información por tipo de sala en función de su aforo. A lo largo de 2024, los conciertos en salas congregaron a un total de 1.412.023 asistentes, con una participación mayoritaria de personas residentes en la propia Comunitat Valenciana, que representan el 85,8% del total del público. Este dato subraya el fuerte arraigo territorial de este tipo de oferta musical, muy centrada en la demanda local.

Las salas grandes (con más de 500 plazas) registraron 420.000 asistentes, siendo

las que presentan el perfil más localizado de público: un 92,56% de las personas asistentes son residentes en la Comunitat. El peso del público procedente del resto del país es del 5,21%, mientras que los extranjeros suponen solo el 2,22%. Esto sugiere que, aunque estos espacios acogen eventos de mayor capacidad, su ámbito de atracción sigue siendo mayoritariamente regional.

En el caso de las salas medianas (entre 300 y 499 personas de aforo), con 571.203 asistentes en total, se observa una ligera apertura hacia públicos de fuera de la Comunitat. Aunque los residentes valencianos siguen siendo el grupo mayoritario (86,95%), el porcentaje de visitantes del resto de España sube al 6,03%, y los asistentes extranjeros representan un 7,02%, más del triple que en las salas grandes. Este aumento relativo puede estar vinculado a una programación más variada y flexible que capta el interés de un público diverso.

En cuanto a las salas pequeñas, que acogieron a 420.820 personas, se observa el perfil más internacionalizado de asistencia.

Aunque la mayoría de los asistentes siguen siendo locales (77,46%), el porcentaje de público extranjero se eleva al 11,01%, y el de asistentes del resto del país al 11,53%. Esto indica que este tipo de salas, a pesar de su menor capacidad, actúan como espacios culturalmente atractivos para visitantes, posiblemente por ofrecer propuestas más especializadas, de nicho o de carácter alternativo que encuentran eco entre públicos no locales.

En conjunto, los datos ponen de manifiesto que el componente local sigue siendo predominante en los conciertos organizados en salas valencianas, independientemente del tamaño. No obstante, a medida que se reduce el aforo, se incrementa la diversidad geográfica del público, lo cual revela la existencia de nichos culturales orientados a públicos concretos y, en algunos casos, internacionales. Este patrón puede estar relacionado con la programación artística, el tipo de experiencia ofrecida, el entorno urbano o la identidad cultural que proyecta cada sala.

Cuadro 8. Lugar de residencia de los asistentes a las salas de conciertos de la Comunitat Valenciana según tipo de la sala, 2024

| TIPO DE SALA | AFORO | Nº DE ASISTENTES A CONCIERTOS EN 2024 | | | | ESTRUCTURA PORCENTUAL (%) | | |
|----------------|-----------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|------------------------|
| | | TOTAL | ASISTENTES DE LA COMUNITAT VALENCIANA | ASISTENTES DEL RESTO DE ESPAÑA | ASISTENTES EXTRANJEROS | ASISTENTES DE LA COMUNITAT VALENCIANA | ASISTENTES DEL RESTO DE ESPAÑA | ASISTENTES EXTRANJEROS |
| Salas grandes | Más de 500 | 420.000 | 388.760 | 21.901 | 9.338 | 92,56 | 5,21 | 2,22 |
| Salas medianas | Entre 300 y 499 | 571.203 | 496.643 | 34.455 | 40.105 | 86,95 | 6,03 | 7,02 |
| Salas pequeñas | Menos de 300 | 420.820 | 325.959 | 48.528 | 46.333 | 77,46 | 11,53 | 11,01 |
| TOTAL | | 1.412.023 | 1.211.362 | 104.885 | 95.776 | 85,79 | 7,43 | 6,78 |

FUENTE: Elaboración propia.

Así, se confirma que las salas de conciertos no solo cumplen una función estructural en la vida cultural cotidiana de la región, sino que también pueden convertirse en puntos de conexión entre lo local y lo global, especialmente cuando se trata de espacios de menor capacidad, más flexibles y con un público más segmentado.

El **cuadro 9** y el **gráfico 13** ofrecen una visión detallada del gasto total ejecutado por las salas de conciertos en la Comunitat Valenciana en 2024, distinguiendo el tipo de sala por su aforo y desglosando la localización geográfica del gasto (Comunitat Valenciana, resto de España y extranjero). El gasto global asciende a 11,13 millones de euros, de los cuales una gran mayoría, más del 90,9% (10,13 millones de euros), se destina a proveedores y servicios dentro de la Comunitat. Este dato confirma la notable capacidad del tejido empresarial valenciano para abastecer las necesidades de producción musical en salas, generando así un impacto económico local directo.

En términos de volumen económico, las salas pequeñas (menos de 300 personas de aforo) lideran el gasto total con 5,07 millones de euros, lo que representa el 45,5% del gasto global del sector. Además, estas salas concentran también la mayor parte del gasto dentro del territorio valenciano (45,8% del total regional), lo que demuestra su peso como agentes dinamizadores de la economía cultural local, a pesar de su menor capacidad. En este grupo, más del 91,5% del gasto se realiza dentro de la Comunitat.

Las salas grandes (más de 500 personas de aforo) ocupan el segundo lugar, con un gasto total de 3,85 millones de euros, lo que equivale al 34,5% del total. En estas salas, el gasto local también es muy elevado: el 91,7% de su gasto se destina a empresas de la región. Su gasto en el extranjero es prácticamente residual, con apenas un 0,64% del total. Este patrón refleja una fuerte dependencia de recursos y proveedores locales, incluso en producciones de mayor envergadura.

Cuadro 9. Gasto total ejecutado por las salas de conciertos en la Comunitat Valenciana según tipo, 2024 (euros)

Por su parte, las salas medianas (aforo entre 300 y 499 personas) generaron un gasto total de 2,22 millones de euros, lo que representa el 19,9% del gasto total del sector. Aunque en términos absolutos son las que menos gastan, presentan el perfil más diversificado en cuanto al destino geográfico del gasto. El 88,5% se ejecuta en la Comunitat, mientras que el 8,26% se dirige al resto de España y el 3,24% al extranjero. Este patrón podría deberse a que estas salas, por su tamaño intermedio, combinan elementos de producción más profesionalizados con estructuras flexibles que permiten la contratación de servicios externos cuando se requiere.

En conjunto, tanto el cuadro 9 como el gráfico 13 permiten observar que, independientemente del tamaño de la sala, el núcleo del gasto se mantiene firmemente anclado en la Comunitat Valenciana, lo que refuerza la importancia estratégica de las salas como dinamizadoras del ecosistema económico y cultural valenciano. A pesar de sus diferencias en capacidad y en el perfil de conciertos, todas las tipologías de salas contribuyen a fortalecer el tejido empresarial local, actuando como puntos de conexión entre cultura y economía en su entorno inmediato.

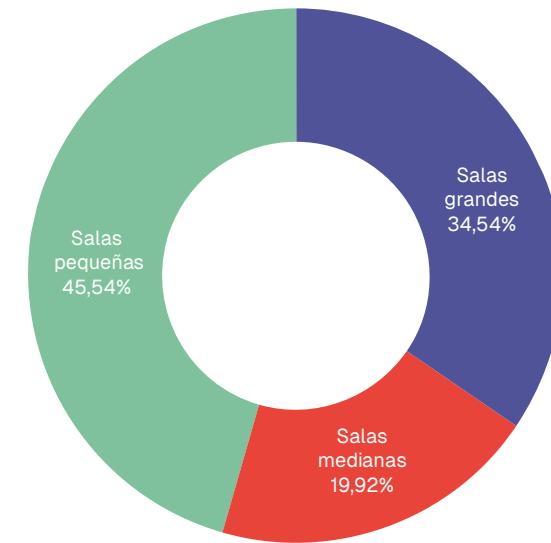
El **cuadro 10** presenta una desagregación detallada del gasto efectuado por las salas de conciertos en la Comunitat Valenciana durante el año 2024, distribuido según los distintos conceptos asociados a la organización de eventos musicales. El gasto total asciende a 11,13 millones de euros, de los cuales más del 90% (10,13 millones) se ejecuta dentro de la Comunitat, lo que evidencia el fuerte arraigo territorial del sector y su contribución directa a la economía regional.

| TIPO DE SALA | AFORO | EUROS | ESTRUCTURA PORCENTUAL VERTICAL (%) | |
|----------------|-----------------|-------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| | | | GASTO EN EL EXTRANJERO | GASTO EN EL RESTO DE ESPAÑA |
| Salas grandes | Más de 500 | 3.845.380 | 3.525.045 | 295.699 |
| Salas medianas | Entre 300 y 499 | 2.218.243 | 1.963.215 | 183.182 |
| Salas pequeñas | Menos de 300 | 5.070.071 | 4.640.774 | 293.428 |
| TOTAL | | 11.133.693 | 10.129.034 | 772.309 |
| | | | GASTO TOTAL | GASTO EN LA CV |
| | | | GASTO EN EL EXTRANJERO | GASTO EN EL RESTO DE ESPAÑA |
| | | | GASTO EN LA CV | GASTO EN LA CV |
| | | | GASTO EN EL EXTRANJERO | GASTO EN EL RESTO DE ESPAÑA |
| | | | GASTO EN LA CV | GASTO EN LA CV |
| | | | GASTO TOTAL | GASTO TOTAL |

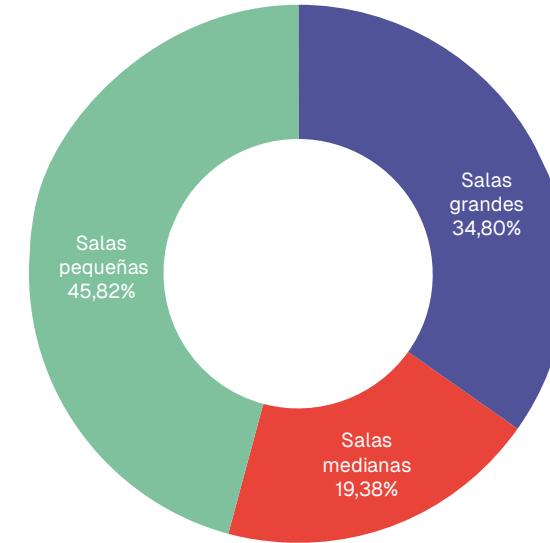
FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 13. Gasto de las salas de conciertos en la Comunitat Valenciana según tipología, 2024 (porcentaje)

a. Gasto total



b. Gasto en la Comunitat Valenciana



FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 10. Gasto total ejecutado por las salas de conciertos en la Comunitat Valenciana por concepto, 2024 (euros y porcentaje)

| | EUROS | EST. PORCENTUAL | |
|---|-------------------|-------------------|----------------|
| | | GASTO TOTAL | GASTO EN LA CV |
| Contratación de artistas | 1.673.376 | 804.895 | 15,03 |
| Gastos de personal | 3.145.644 | 3.145.644 | 28,25 |
| Infraestructuras, alquiler de instalaciones, etc. | 430.326 | 430.326 | 3,87 |
| Montaje, iluminación y sonido | 598.533 | 579.184 | 5,38 |
| Servicios de limpieza | 245.536 | 245.536 | 2,21 |
| Seguridad | 499.097 | 488.973 | 4,48 |
| Servicios médicos | 34.473 | 34.473 | 0,31 |
| Bebidas y restauración | 3.506.425 | 3.506.425 | 31,49 |
| Publicidad y comunicación | 270.083 | 258.031 | 2,43 |
| Transporte | 19.606 | 19.606 | 0,18 |
| Gestión de entradas | 313.247 | 237.491 | 2,81 |
| Otros gastos | 397.346 | 378.450 | 3,57 |
| Total gasto | 11.133.693 | 10.129.034 | 100,00 |
| | | | |

FUENTE: Elaboración propia.

Entre los distintos componentes del gasto, destacan especialmente los servicios de bebidas y restauración, que con 3,5 millones de euros suponen el 31,5% del gasto total, constituyéndose como el principal capítulo presupuestario. Su peso es aún más significativo en términos de impacto local: el 34,6% del gasto realizado en la Comunitat se destina a este concepto, lo que muestra una alta vinculación con proveedores locales de hostelería.

El segundo bloque de gasto más relevante es el correspondiente a personal, con 3,15 millones de euros, lo que representa un 28,25% del total y un 31,06% del gasto local. Este dato resalta la intensidad en generación de empleo que tienen las salas de conciertos, posicionando este sector como un dinamizador del mercado laboral cultural valenciano.

La contratación de artistas representa el tercer gran capítulo del presupuesto, con 1,67 millones de euros (15,03% del gasto total). Sin embargo, solo el 7,95% del gasto en la Comunitat corresponde a este concepto, lo que sugiere una importante contratación de artistas de fuera de la región. Esta patrón contrasta con lo observado en los festivales musicales, donde la contratación artística alcanza casi el 43% del gasto total, reflejando modelos organizativos diferentes en ambos formatos.

Otros conceptos como montaje, iluminación y sonido (5,38% del gasto total), seguridad (4,48%) e infraestructuras y alquiler de espacios (3,87%) también adquieren relevancia, ya que responden a necesidades logísticas y técnicas básicas para la celebración de los conciertos. La mayoría de estos gastos también se ejecutan en la Comunitat, lo que refuerza la importancia del tejido empresarial local en la producción de espectáculos musicales.

En resumen, el perfil de gasto de las salas de conciertos muestra una fuerte orientación hacia el consumo de servicios y recursos valencianos, especialmente en lo relacionado con restauración, personal y logística. Aunque la contratación de artistas revela un mayor grado de externalización,

en conjunto, los datos muestran cómo el circuito de salas actúa como motor económico y cultural con un impacto directo y significativo en el entorno regional.

El gasto total de festivales y salas

El cuadro 11 proporciona una visión global del gasto agregado realizado por los organizadores de festivales y salas de conciertos en la Comunitat Valenciana a lo largo de 2024, clasificado por tipo de concepto y desglosando su distribución territorial. El gasto total asciende a 127,27 millones de euros, de los cuales el 58,3% (74,2 millones de euros) se ejecuta dentro del ámbito regional, evidenciando el peso económico del sector musical en la economía valenciana.

Entre los distintos conceptos presupuestarios, la contratación de artistas representa la mayor partida de gasto, con más de 51 millones de euros (40,1% del total). No obstante, solo el 16,4% de este gasto se realiza en la Comunitat Valenciana, lo que pone de relieve una fuerte dependencia de artistas de fuera de la región. Esta cifra contrasta con otros conceptos en los que la ejecución en la CV es mucho más elevada.

Destacan también los gastos de personal, casi 16 millones de euros que suponen el 12,6% del gasto total, y el 20,8% del gasto local (15,4 millones), lo que refleja una notable generación de empleo en el entorno valenciano ligado a la producción de festivales y conciertos. Esta categoría se posiciona como una de las más importantes en términos de impacto directo sobre la economía local.

El gasto en bebidas y restauración alcanza casi los 15 millones de euros, representando el 11,8% del total y una proporción aún más alta dentro del gasto regional (16,05%), lo que reafirma el vínculo de estos eventos con los sectores de hostelería y servicios.

Por su parte, otras partidas con un peso considerable incluyen el gasto en montaje, iluminación y sonido (12,1 millones de euros, 9,5% del total), y alquiler de instalaciones e infraestructuras (11,3 millones, 8,9% del total). Ambos conceptos

Cuadro 11. Gasto total ejecutado por las salas de conciertos y los organizadores de festivales en la Comunitat Valenciana por concepto, 2024

| | EUROS | | EST. PORCENTUAL | |
|---|--------------------|-------------------|-----------------|----------------|
| | GASTO TOTAL | GASTO EN LA CV | GASTO TOTAL | GASTO EN LA CV |
| Contratación de artista | 51.061.812 | 12.182.819 | 40,12 | 16,42 |
| Gastos de personal | 15.998.811 | 15.423.905 | 12,57 | 20,78 |
| Infraestructuras, alquiler de instalaciones, etc. | 11.276.857 | 8.943.683 | 8,86 | 12,05 |
| Montaje, iluminación y sonido | 12.146.181 | 7.980.317 | 9,54 | 10,75 |
| Servicios de limpieza | 1.485.520 | 1.485.520 | 1,17 | 2,00 |
| Seguridad | 4.139.081 | 3.456.730 | 3,25 | 4,66 |
| Servicios médicos | 859.546 | 859.546 | 0,68 | 1,16 |
| Bebidas y restauración | 14.968.776 | 11.910.720 | 11,76 | 16,05 |
| Publicidad y comunicación | 5.496.509 | 3.472.442 | 4,32 | 4,68 |
| Transporte | 1.304.131 | 1.087.649 | 1,02 | 1,47 |
| Gestión de entradas | 2.317.092 | 2.066.795 | 1,82 | 2,78 |
| Otros gastos | 6.220.494 | 5.341.870 | 4,89 | 7,20 |
| Total gasto | 127.274.809 | 74.211.996 | 100,00 | 100,00 |

FUENTE: Elaboración propia.

mantienen un elevado nivel de ejecución en la Comunitat (más del 22% del gasto local en conjunto), debido a la contratación de proveedores técnicos y logísticos radicados en la región.

Las categorías de seguridad y publicidad y comunicación también destacan por su contribución al gasto local, mientras que el resto de partidas, aunque con menor peso individual (como servicios médicos, limpieza o transporte), completan el panorama de necesidades organizativas para el desarrollo de estos eventos.

En conjunto, los datos evidencian que, si bien una parte importante del gasto se destina fuera del territorio (especialmente en la contratación artística), el grueso del impacto económico recae en sectores valencianos, principalmente a través de la

contratación de personal, servicios técnicos y hostelería. Así, el ecosistema musical valenciano no solo genera riqueza cultural, sino también una significativa movilización de recursos económicos dentro del tejido empresarial y laboral de la Comunitat.

El gasto de los asistentes a eventos musicales

Para estimar el gasto total de los asistentes a eventos musicales en la Comunitat Valenciana en 2024, se ha recurrido a un enfoque combinado que tiene en cuenta tanto el gasto medio por persona, desglosado según lugar de residencia, como el número de asistentes a los diferentes tipos de eventos (festivales y conciertos en sala). Esta información procede de la encuesta en línea a organizadores de festivales y

responsables de salas, a los que se les solicitaba información sobre el número de asistentes a sus eventos en 2024, así como de la encuesta a asistentes llevada a cabo para el anterior informe (referida a 2023) canalizada a través de los organizadores, quienes, con autorización de los asistentes, la distribuyeron mediante correo electrónico a través de sus bases de datos.³ Dicha encuesta permite tener información sobre la procedencia de los asistentes, así como su gasto diario y su desagregación en distintos conceptos: alojamiento, restauración, alimentación, compra de ropa, tiendas, etc. (véase Pastor *et al.* [2024] para más información sobre dicha encuesta).

El **gráfico 14** sintetiza los datos de procedencia geográfica de los encuestados, diferenciando entre asistentes a festivales y a eventos en salas, y permite observar una diferencia notable en el perfil de los públicos que asisten a uno y otro tipo de evento.

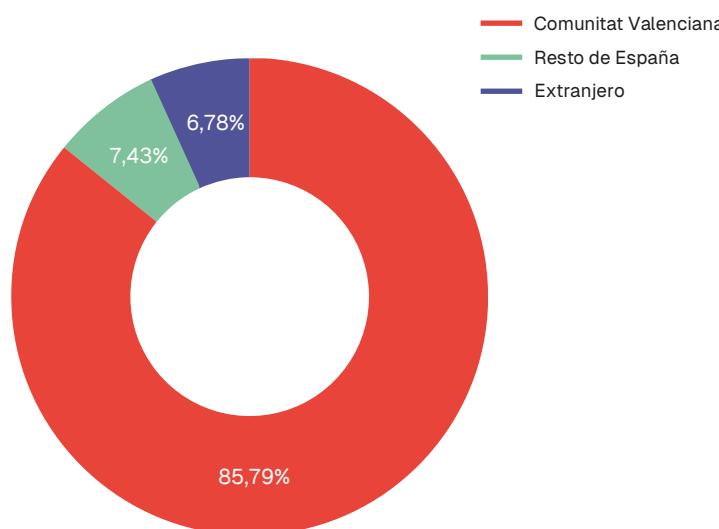
En el caso de los eventos en salas, el grueso del público que respondió a la encuesta reside en la Comunitat Valenciana (85,79%). En comparación, el número de asistentes del resto de España es reducido (7,43%), mientras que los asistentes extranjeros apenas alcanzan un 6,78%, lo que refleja un carácter principalmente local y regional de este tipo de eventos.

Por el contrario, los festivales musicales presentan una audiencia más diversa en términos geográficos. Si bien los residentes de la Comunitat Valenciana siguen siendo mayoritarios (64,60%), el porcentaje de asistentes del resto del país asciende al 25,15%, y el de visitantes internacionales al 10,25%. Esta distribución pone de relieve el mayor poder de atracción turística de los festivales frente a las salas, especialmente entre el público nacional y extranjero.

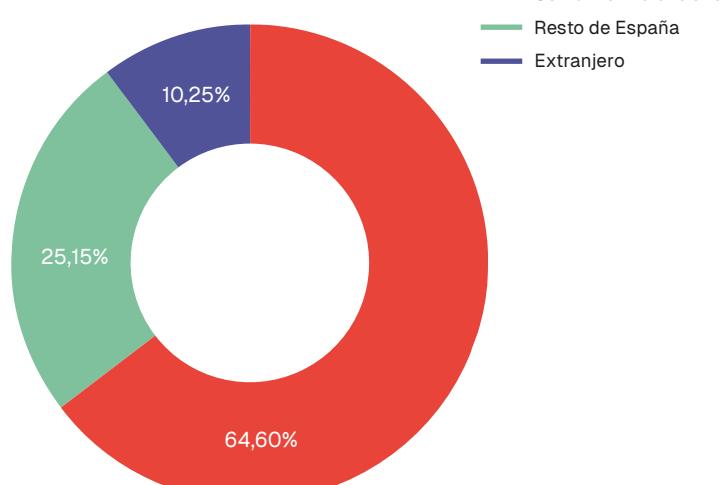
Estos resultados no solo aportan información sobre la composición territorial de la muestra encuestada, sino que son clave para estimar de forma precisa el impacto

Gráfico 14. Características de los asistentes a eventos musicales en la Comunitat Valenciana, 2024

a. Eventos en salas



b. Festivales

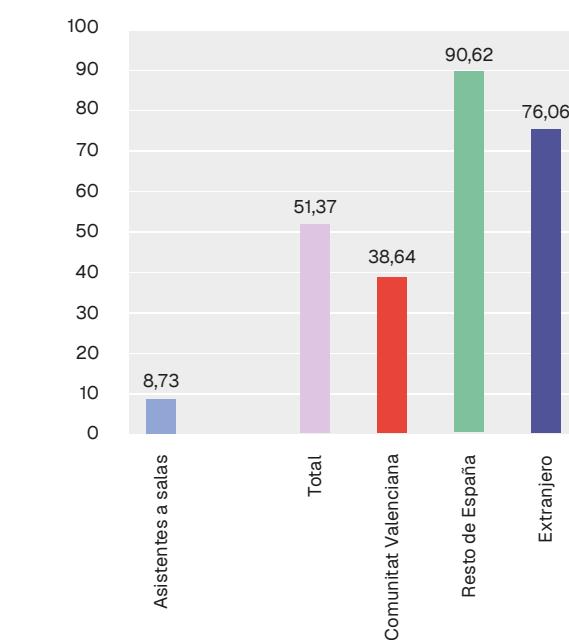


FUENTE: Elaboración propia.

³ La encuesta fue realizada entre febrero y marzo de 2024, y permitió recoger 8.428 respuestas válidas (referidas al ejercicio 2023). Los datos de gasto han sido actualizados a euros de 2024 utilizando el IPC.

Gráfico 15. Pernoctaciones y días medios de estancia en la Comunitat Valenciana para asistir a los eventos musicales celebrados en 2024

a. Porcentaje de asistentes que pernocta



FUENTE: Asistentes a festivales

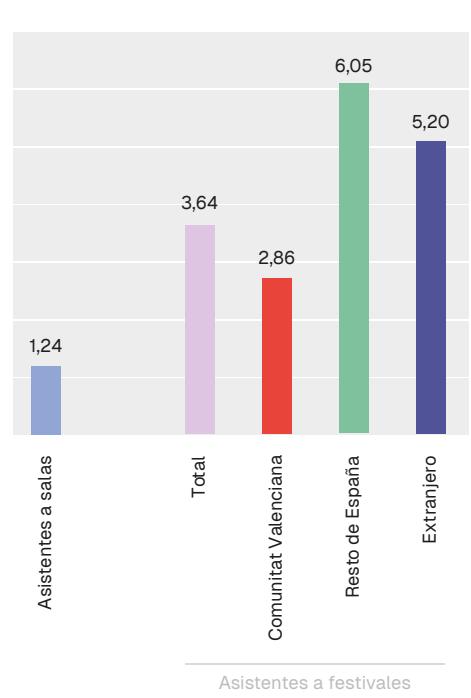
Elaboración propia.

económico indirecto asociado al turismo musical. El gasto medio varía significativamente en función del origen de los asistentes, siendo previsiblemente mayor en el caso de quienes viajan desde otras regiones o países, por lo que este desglose permite afinar las estimaciones y mejorar la fiabilidad del análisis de impacto económico.

El **gráfico 15** recoge información sobre las pernoctaciones y la duración media de la estancia de los asistentes a eventos musicales en la Comunitat Valenciana. Dado que esta información proviene de la misma encuesta realizada en 2024, los datos coinciden con los del informe anterior.

En el caso de los eventos realizados en salas, el número de personas que pasa la noche en la región es relativamente bajo: solo el 8,73% de los asistentes pernocta, y la estancia media entre quienes lo hacen es de apenas 1,24 días. Esto confirma el carácter

b. Días medios de estancia en la CV



Asistentes a festivales

eminentemente local de estos eventos, que en su mayoría no requieren desplazamiento prolongado.

En cambio, los festivales musicales muestran un comportamiento radicalmente distinto. Más de la mitad de los asistentes (51,37%) pernocta, con una duración media de estancia de 3,64 días, lo que indica un efecto mucho más potente en términos de ocupación turística y gasto vinculado a alojamiento, restauración o transporte.

El análisis por procedencia revela matrices aún más relevantes. Dentro del público de los festivales, los asistentes del resto de España muestran una marcada propensión a quedarse en la región: el 90,62% pernocta, con una estancia media de 6,05 días. Este segmento representa, por tanto, uno de los principales impulsores del gasto turístico asociado a los festivales. En una línea similar, los asistentes internacionales también

presentan cifras elevadas: el 76,06% se aloja en la Comunitat Valenciana, con una media de 5 días de estancia.

Incluso entre el público local, los festivales generan cierta movilidad interna: el 38,64% de los asistentes residentes en la Comunitat Valenciana también pernocta, con una estancia promedio de 2,86 días, posiblemente en municipios diferentes al de su residencia habitual.

Estos datos subrayan que, si bien todos los eventos musicales contribuyen a la actividad económica de la región, los festivales tienen un potencial claramente superior como dinamizadores del turismo, especialmente al atraer visitantes de fuera de la Comunitat que prolongan su estancia y generan un mayor gasto total durante su visita.

El cuadro 12 y el gráfico 16 presentan el desglose del gasto medio diario por asistente a eventos musicales en salas en

la Comunitat Valenciana en 2024. El gasto total medio asciende a 49,92 euros por día.

Los conceptos más relevantes son la restauración (18,22 euros) y el gasto en la sala (barra, etc., con 16,66 euros), que representan el 36,5% y el 33,37% del total, respectivamente. En conjunto, estos dos conceptos suman el 69,87% del gasto total medio, lo que evidencia el peso de los consumos asociados directamente a la experiencia del evento.

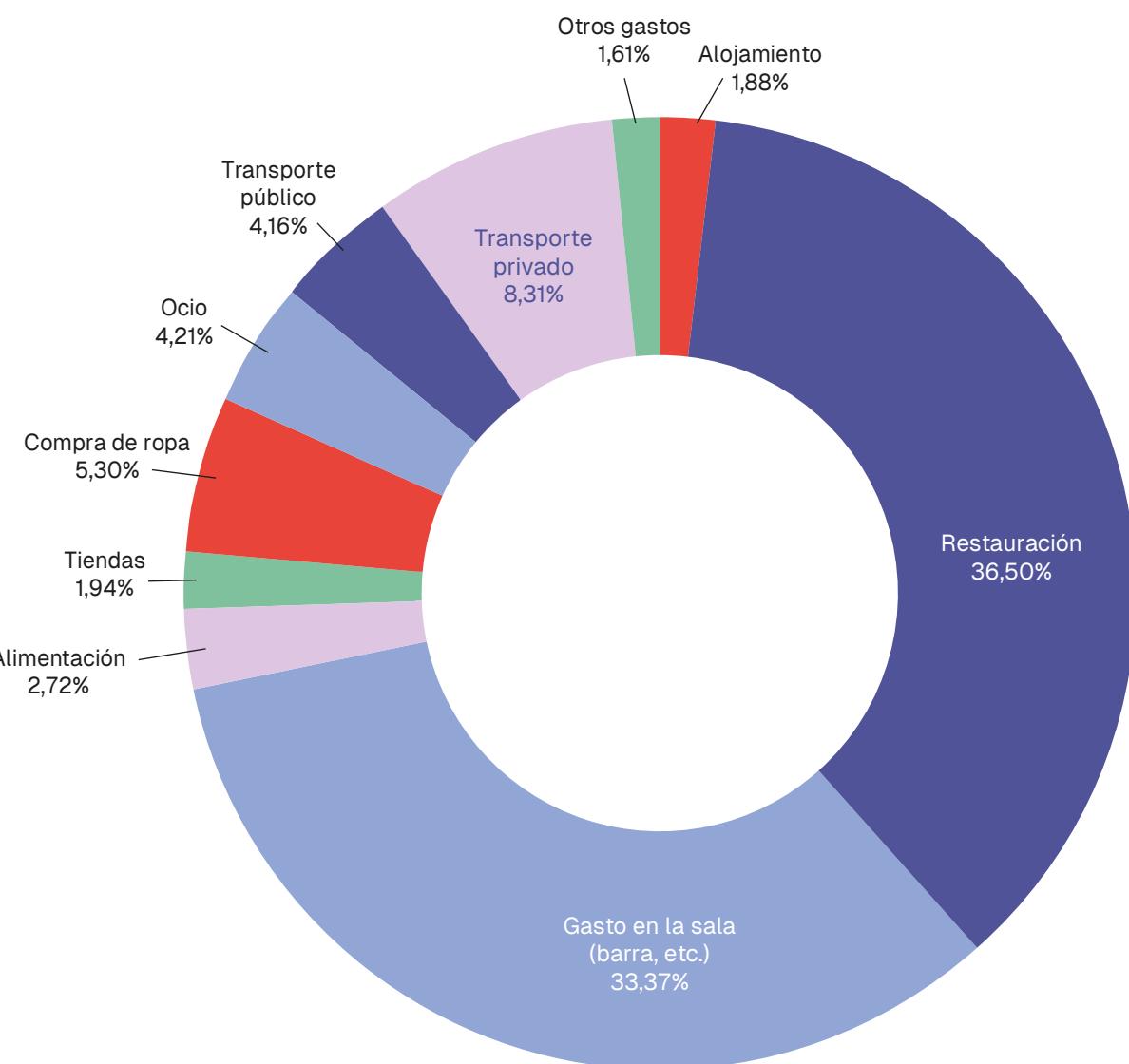
Otros componentes destacados, aunque con menor peso relativo, son el transporte privado (4,15 euros, 8,31%) y la compra de ropa (2,64 euros, 5,30%), seguidos del ocio, el transporte público y otros gastos diversos. En contraste, el alojamiento apenas representa un 1,88% del gasto medio, lo que se corresponde con el bajo porcentaje de asistentes a salas que pernoctan en la región.

Cuadro 12. Gasto medio de los asistentes a eventos musicales en sala en la Comunitat Valenciana por concepto, 2024

| | GASTO POR ASISTENTE Y DÍA (EUROS) | ESTRUCTURA PORCENTUAL (PORCENTAJE) |
|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
| Alojamiento | 0,94 | 1,88 |
| Restauración | 18,22 | 36,50 |
| Gasto en la sala (barra, etc.) | 16,66 | 33,37 |
| Alimentación | 1,36 | 2,72 |
| Tiendas | 0,97 | 1,94 |
| Compra de ropa | 2,64 | 5,30 |
| Ocio | 2,10 | 4,21 |
| Transporte público | 2,08 | 4,16 |
| Transporte privado | 4,15 | 8,31 |
| Otros gastos | 0,80 | 1,61 |
| Total gasto | 49,92 | 100,0 |

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 16. Composición del gasto medio de los asistentes a eventos musicales en sala en la Comunitat Valenciana por concepto, 2024 (porcentaje)



FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 13. Gasto medio de los asistentes a festivales en la Comunitat Valenciana por lugar de residencia y concepto de gasto, 2024

| | GASTO MEDIO POR ASISTENTE Y DÍA SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA (EUROS) | | | | GASTO MEDIO POR ASISTENTE Y DÍA SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA (PORCENTAJE) | | | |
|------------------------------------|---|-----------------|---------------|---------------|--|-----------------|---------------|---------------|
| | COMUNITAT VALENCIANA | RESTO DE ESPAÑA | EXTRANJERO | TOTAL | COMUNITAT VALENCIANA | RESTO DE ESPAÑA | EXTRANJERO | TOTAL |
| Alojamiento | 13,11 | 30,51 | 34,23 | 17,45 | 10,15 | 29,14 | 24,52 | 14,14 |
| Restauración | 25,76 | 21,89 | 29,94 | 24,88 | 19,95 | 20,90 | 21,45 | 20,16 |
| Gasto en el festival (barra, etc.) | 47,13 | 21,21 | 25,35 | 40,76 | 36,50 | 20,26 | 18,16 | 33,03 |
| Alimentación | 11,81 | 8,88 | 12,00 | 11,11 | 9,14 | 8,48 | 8,60 | 9,00 |
| Tiendas | 3,13 | 2,83 | 4,71 | 3,07 | 2,42 | 2,70 | 3,38 | 2,49 |
| Compra de ropa | 6,90 | 2,53 | 4,35 | 5,83 | 5,34 | 2,41 | 3,12 | 4,73 |
| Ocio | 5,59 | 4,61 | 5,70 | 5,36 | 4,33 | 4,40 | 4,08 | 4,34 |
| Transporte público | 6,75 | 5,27 | 16,75 | 6,48 | 5,22 | 5,04 | 12,00 | 5,25 |
| Transporte privado | 7,86 | 6,09 | 5,61 | 7,42 | 6,09 | 5,82 | 4,02 | 6,01 |
| Otros gastos | 1,10 | 0,89 | 0,94 | 1,05 | 0,85 | 0,85 | 0,67 | 0,85 |
| Total gasto | 129,14 | 104,71 | 139,57 | 123,40 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

FUENTE: Elaboración propia.

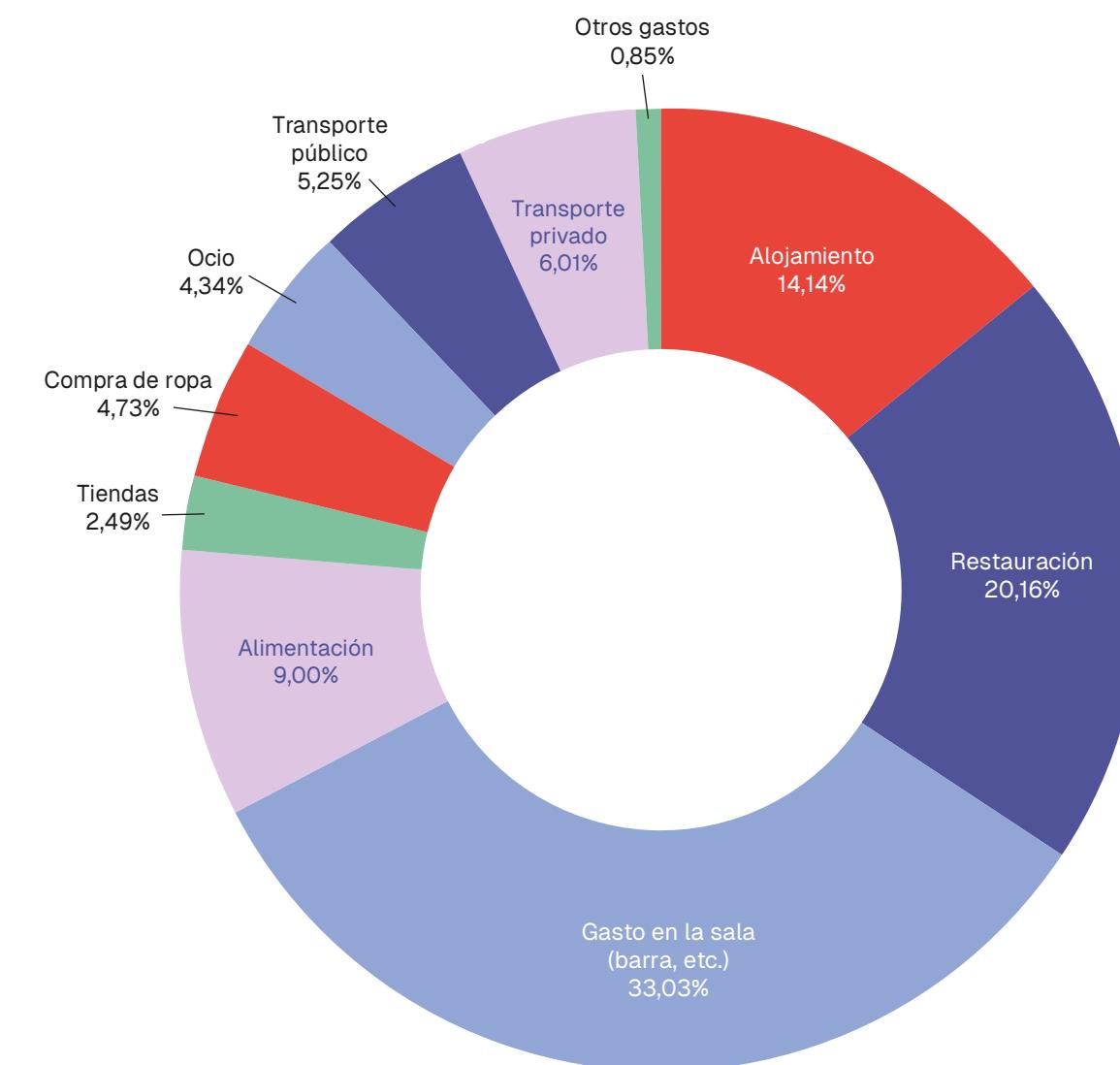
El cuadro 13 y el gráfico 17 representan el gasto medio diario por asistente a festivales de música en la Comunitat Valenciana en 2024 por tipo de gasto. El cuadro además lo desglosa por lugar de residencia. En conjunto, el gasto medio diario por persona se sitúa en 123,40 euros, siendo notablemente más elevado entre los asistentes internacionales (139,57 euros) en comparación con los procedentes del resto de España (104,71 euros) y de la Comunitat Valenciana (129,14 euros).

El concepto de gasto más relevante es el consumo dentro del propio festival (barris, etc.), que alcanza una media de 40,76 euros, lo que representa un 33,03% del gas-

to total. Le siguen la restauración externa (24,88 euros, 20,16%) y el alojamiento (17,45 euros, 14,14%), lo que confirma el peso de los servicios de hostelería en el impacto económico generado por los festivales.

También destacan, aunque en menor proporción, los gastos en alimentación (11,11 euros), transporte privado (7,42 euros) y transporte público (6,48 euros). Como es previsible, los visitantes internacionales destinan un mayor presupuesto al alojamiento y al transporte público, mientras que los residentes en la Comunitat Valenciana presentan un gasto más moderado en estos conceptos.

Gráfico 17. Composición del gasto medio total por asistente a festivales y día en la Comunitat Valenciana por concepto de gasto, 2024 (porcentaje)



FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 14. Gasto total de los asistentes a festivales y salas de conciertos en la Comunitat Valenciana por lugar de residencia y concepto de gasto, 2024

| | PROCEDENCIA DE LOS ASISTENTES A EVENTOS EN SALA Y FESTIVALES | | | |
|------------------------------------|--|--------------------|--------------------|----------------------|
| | COMUNITAT VALENCIANA | RESTO DE ESPAÑA | EXTRANJERO | TOTAL |
| Alojamiento | 77.134.649 | 145.453.418 | 57.172.166 | 279.760.234 |
| Restauración | 176.202.255 | 106.619.488 | 52.085.934 | 334.907.677 |
| Gasto en el festival (barra, etc.) | 297.298.703 | 103.189.517 | 44.233.340 | 444.721.559 |
| Alimentación | 70.242.164 | 42.457.096 | 20.165.590 | 132.864.850 |
| Tiendas | 19.542.513 | 13.582.422 | 7.968.506 | 41.093.441 |
| Compra de ropa | 43.816.128 | 12.378.527 | 7.562.837 | 63.757.491 |
| Ocio | 35.448.998 | 22.210.999 | 9.745.197 | 67.405.193 |
| Transporte público | 42.088.818 | 25.394.973 | 28.164.727 | 95.648.518 |
| Transporte privado | 51.644.363 | 29.569.391 | 9.853.632 | 91.067.386 |
| Otros gastos | 7.550.164 | 4.363.588 | 1.665.133 | 13.578.885 |
| Total gasto | 820.968.755 | 505.219.419 | 238.617.061 | 1.564.805.235 |

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 15. Gasto total, gasto generador de impacto y gasto neto de importaciones de los organizadores y asistentes a eventos musicales en la Comunitat Valenciana, 2024

| | GASTO TOTAL | GASTO GENERADOR DE IMPACTO EN LA CV | GASTO NETO DE IMPORTACIONES E IMPUESTOS |
|---------------|----------------------|-------------------------------------|---|
| Organizadores | 127.274.809 | 74.211.996 | 70.849.405 |
| Asistentes | 1.564.805.235 | 743.836.480 | 637.964.211 |
| Total | 1.692.080.044 | 818.048.475 | 708.813.616 |

FUENTE: Elaboración propia.

En conjunto, los datos evidencian que los festivales no solo movilizan un gasto significativo, sino que también muestran comportamientos diferenciados según la procedencia del público, lo cual resulta clave para diseñar estrategias turísticas y de servicios asociadas a estos eventos.

El cuadro 14 presenta la estimación del gasto total de los asistentes a festivales y conciertos en salas celebrados en la Comunitat Valenciana durante el año 2024. Esta cifra se ha calculado a partir del número de asistentes, su lugar de procedencia, la duración media de su estancia y el gasto medio diario declarado en las encuestas.

El gasto total generado por el público asciende a 1.564,8 millones de euros, lo que pone de manifiesto la notable contribución de la música en vivo al dinamismo económico del territorio. Por procedencia, los residentes en la Comunitat Valenciana concentran el mayor volumen de gasto, con 820,9 millones de euros. Les siguen los asistentes del resto de España, que suman 505,2 millones, y, en tercer lugar, los visitantes internacionales, con un gasto estimado de 238,6 millones.

Entre los conceptos con mayor impacto económico se encuentra el consumo dentro del propio festival o sala, que alcanza los 444,7 millones de euros. Le siguen el gasto en restauración, con 334,9 millones, y el alojamiento, que representa 279,8 millones, especialmente significativo en el caso de asistentes de fuera de la región. También destacan otras partidas relevantes como la alimentación, con 132,9 millones de euros, el ocio, con 67 millones, y la movilidad, que en conjunto entre transporte público y privado supera los 186 millones de euros. Estos datos reflejan que la celebración de eventos musicales no solo beneficia a la industria cultural, sino que también genera un efecto multiplicador sobre otros sectores estratégicos de la economía local y regional.

Gasto total asociado a los eventos musicales

El cuadro 15 sintetiza los gastos totales asociados a la celebración de eventos musicales en la Comunitat Valenciana durante el año

2024, distinguiendo entre los realizados por los organizadores y los asistentes. El volumen total de gasto generado asciende a 1.692 millones de euros, de los cuales 127,3 millones corresponden a los organizadores y 1.564,8 millones a los asistentes.

Ahora bien, como se ha visto, no todo este gasto puede considerarse como generador de impacto económico directo en la región pues parte del gasto de los organizadores se ejecuta fuera de la Comunitat Valenciana, y en el caso de los asistentes locales, muchos de sus desembolsos habrían tenido lugar en cualquier otro tipo de actividad de ocio, aunque no se hubiera celebrado el evento musical. Por ello, aplicando el criterio de prudencia metodológica, únicamente se computa como generador de impacto económico el gasto realizado por los asistentes provenientes de fuera de la Comunitat Valenciana (del resto de España o del extranjero), junto con el gasto efectivamente ejecutado en la región por parte de los organizadores.

Atendiendo a este enfoque, aunque el gasto total asciende a 1.692 millones de euros, el gasto generador de impacto se estima en 818 millones de euros. No obstante, para reflejar con mayor precisión el efecto económico real, esta cifra se ajusta eliminando los componentes que no repercuten directamente en la economía valenciana, como las importaciones y los impuestos indirectos (principalmente IVA). En el caso de los organizadores, estos ajustes se han realizado a partir de los datos aportados en los cuestionarios, donde se distinguía la residencia del proveedor. En cuanto a los asistentes, la corrección se ha aplicado utilizando los coeficientes sectoriales de propensión a importar disponibles en la tabla *input-output* de la Comunitat Valenciana.

Tras aplicar estas deducciones, el gasto neto generador de impacto económico asciende a 708,8 millones de euros. Esta cifra refleja de forma más precisa el estímulo económico real que la actividad musical en vivo supone para la economía valenciana, una vez descontadas las partidas sin efecto directo sobre el tejido productivo regional.

El cuadro 16 presenta la distribución del gasto neto de importaciones e impuestos generado por la celebración de eventos musicales en la Comunitat Valenciana durante 2024, desglosando el impacto en 30 y 5 sectores de actividad económica. Este análisis permite identificar de forma precisa los sectores más beneficiados por la demanda generada tanto por los organizadores como por los asistentes.

En términos globales, el gasto ajustado de los organizadores representa un impulso de demanda de 70,8 millones de euros, mientras que el gasto atribuible a los asistentes asciende a 637,9 millones. En conjunto, el impacto neto se sitúa en 708,8 millones de euros, distribuidos entre distintos sectores de la economía regional.

Cuadro 16. Vector de demanda total (organizadores + asistentes) neto de importaciones e impuestos asociado a los eventos musicales en la Comunitat Valenciana en 2024 (euros de 2024)

a. Información a 30 sectores de actividad

| SECTORES DE ACTIVIDAD | EUROS | | | ESTRUCTURA PORCENTUAL (%) | | |
|---|-----------------------|-------------------------|------------|---------------------------|-------------------------|-------|
| | GASTO DE ORGANIZACIÓN | GASTO DE LOS ASISTENTES | TOTAL | GASTO DE ORGANIZACIÓN | GASTO DE LOS ASISTENTES | TOTAL |
| Agricultura, ganadería, caza y selvicultura | - | - | - | - | - | - |
| Pesca | - | - | - | - | - | - |
| Extracción de productos energéticos | - | - | - | - | - | - |
| Extracción de otros minerales excepto productos energéticos | - | - | - | - | - | - |
| Alimentación, bebidas y tabaco | 3.150.671 | 14.849.959 | 18.000.630 | 4,45 | 2,33 | 2,54 |
| Industria textil | - | 309.925 | 309.925 | - | 0,05 | 0,04 |
| Industria del cuero y del calzado | - | - | - | - | - | - |
| Industria de la madera y del corcho | - | - | - | - | - | - |
| Papel; edición y artes gráficas | - | 1.265.104 | 1.265.104 | - | 0,20 | 0,18 |
| Refino de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares | - | 12.157.171 | 12.157.171 | - | 1,91 | 1,72 |
| Industria química | - | - | - | - | - | - |

| (Continuación del cuadro) | EUROS | | | ESTRUCTURA PORCENTUAL (%) | |
|---|-----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------------|-------------------------|
| | GASTO DE ORGANIZACIÓN | GASTO DE LOS ASISTENTES | TOTAL | GASTO DE ORGANIZACIÓN | GASTO DE LOS ASISTENTES |
| Caucho y plástico | - | - | - | - | - |
| Otros productos minerales no metálicos | - | 1.051.376 | 1.051.376 | - | 0,16 0,15 |
| Metalurgia y fabricación de productos metálicos | - | - | - | - | - |
| Maquinaria y equipo mecánico | - | - | - | - | - |
| Equipo eléctrico, electrónico y óptico | 2.271.034 | - | 2.271.034 | 3,21 | - 0,32 |
| Fabricación de material de transporte | - | - | - | - | - |
| Industrias manufactureras diversas | - | 2.397.702 | 2.397.702 | - | 0,38 0,34 |
| Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua | - | - | - | - | - |
| Construcción | 1.810.669 | - | 1.810.669 | 2,56 | - 0,26 |
| Comercio y reparación | 711.459 | 11.144.658 | 11.856.117 | 1,00 | 1,75 1,67 |
| Hostelería | 8.366.153 | 455.884.538 | 464.250.691 | 11,81 | 71,46 65,50 |
| Transportes, almacenamiento y comunicaciones | 1.169.082 | 44.055.878 | 45.224.960 | 1,65 | 6,91 6,38 |
| Intermediación financiera | - | - | - | - | - |
| Actividades inmobiliarias y servicios empresariales | 20.062.613 | 19.377.783 | 39.440.396 | 28,32 | 3,04 5,56 |
| Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria | - | 46.122.842 | 46.122.842 | - | 7,23 6,51 |
| Educación | - | - | - | - | - |
| Sanidad y servicios sociales | 930.153 | - | 930.153 | 1,31 | - 0,13 |
| Otras activ. sociales y de serv. a la comunidad; serv. personales | 15.800.744 | 29.347.274 | 45.148.018 | 22,30 | 4,60 6,37 |
| Hogares que emplean personal doméstico | - | - | - | - | - |
| Economías domésticas | 16.576.826 | - | 16.576.826 | 23,40 | - 2,34 |
| TOTAL | 70.849.405 | 637.964.211 | 708.813.616 | 100,00 | 100,00 100,00 |

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 16 (cont.). Vector de demanda total (organizadores + asistentes) neto de importaciones e impuestos asociado a los eventos musicales en la Comunitat Valenciana en 2024 (euros de 2024)

b. Información a 5 sectores de actividad

| SECTORES DE ACTIVIDAD | EUROS | | | ESTRUCTURA PORCENTUAL (%) | | |
|---|-----------------------|-------------------------|--------------------|---------------------------|-------------------------|---------------|
| | GASTO DE ORGANIZACIÓN | GASTO DE LOS ASISTENTES | TOTAL | GASTO DE ORGANIZACIÓN | GASTO DE LOS ASISTENTES | TOTAL |
| Agricultura, ganadería, caza y selvicultura | - | - | - | - | - | - |
| Energía | - | 12.157.171 | 12.157.171 | - | 1,91 | 1,72 |
| Industria | 5.421.705 | 19.874.067 | 25.295.772 | 7,65 | 3,12 | 3,57 |
| Construcción | 1.810.669 | - | 1.810.669 | 2,56 | - | 0,26 |
| Servicios | 47.040.205 | 605.932.973 | 652.973.177 | 66,39 | 94,98 | 92,12 |
| Economías domésticas | 16.576.826 | - | 16.576.826 | 23,40 | - | 2,34 |
| TOTAL | 70.849.405 | 637.964.211 | 708.813.616 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

FUENTE: Elaboración propia.

El sector que concentra el mayor volumen de gasto es, con diferencia, el de la hostelería, que canaliza 464,2 millones de euros, lo que equivale al 65,5% del total. Esta cifra refleja la relevancia de los servicios de alojamiento, restauración y consumo en el marco de los eventos musicales. A notable distancia, le siguen otros sectores clave como la administración pública y los servicios sociales obligatorios (46,1 millones), el transporte y las comunicaciones (45,2 millones), y las actividades sociales y de

servicios personales (45,1 millones), entre las que se encuentran las actividades culturales, deportivas y recreativas.

Estos cuatro sectores —hostelería, administración pública, transporte y actividades sociales y culturales— concentran de forma conjunta 600,7 millones de euros, lo que representa el 84,7% del gasto total. Este dato subraya el papel estratégico que juega la música en vivo como generador de actividad económica, especialmente en ámbitos vinculados a los servicios, el ocio y la movilidad. ●

Conciertos de Viveros.
Foto: Rodrigo Márquez



5. ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

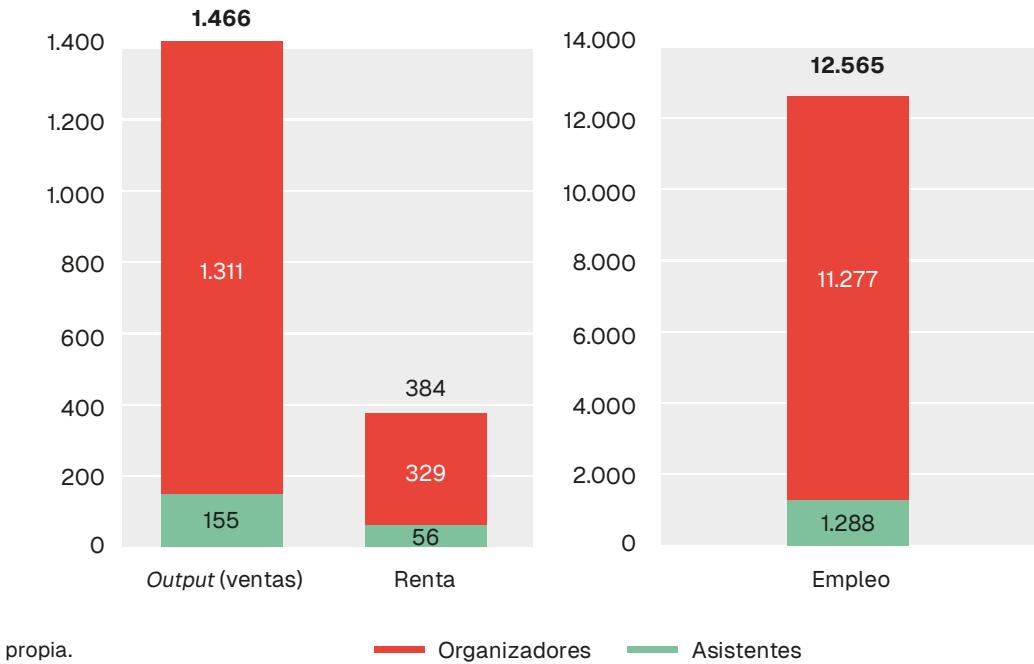
Los eventos musicales en directo celebrados en la Comunitat Valenciana durante 2024 han generado un importante impacto económico, no solo en términos de gasto directo, sino también por su capacidad de arrastre sobre múltiples sectores económicos. Este impacto se estima a partir del gasto adicional efectuado por los asistentes y los organizadores, neto de impuestos e importaciones, siguiendo una metodología prudente que excluye el gasto de los residentes locales, ya que en muchos casos este no sería atribuible exclusivamente a la celebración del evento.

Cuadro 17. Resumen de impactos totales (organizadores + asistentes) de los eventos musicales en la Comunitat Valenciana, 2024 (euros de 2024 y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

| TIPOS DE IMPACTO | OUTPUT (VENTAS) | | RENTA | | EMPLEO | |
|------------------------------|----------------------|---------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|
| | EUROS | % | EUROS | % | EMPLEOS | % |
| Impacto directo | 708.813.616 | 48,36 | 203.130.067 | 52,85 | 6.927 | 55,13 |
| Impacto indirecto e inducido | 756.833.825 | 51,64 | 181.235.428 | 47,15 | 5.638 | 44,87 |
| Impacto total | 1.465.647.441 | 100,00 | 384.365.495 | 100,00 | 12.565 | 100,00 |

FUENTE: Elaboración propia.

Gráfico 18. Resumen de impactos totales de los eventos musicales en la Comunitat Valenciana por agentes de gasto, 2024 (millones de euros y número de empleos equivalentes a tiempo completo)



FUENTE: Elaboración propia.

El gráfico 18 permite visualizar estos impactos diferenciando el papel de los dos grandes agentes implicados: asistentes y organizadores. Los asistentes concentran la mayor parte del efecto económico, con 1.311 millones en ventas, 329 millones en renta y 11.277 empleos, lo que representa alrededor del 89,7% del empleo y el 85,5% de la renta generada. En cambio, el gasto atribuible a los organizadores supone 155 millones en ventas, 56 millones en renta y 1.288 empleos. Estos resultados subrayan la fuerte capacidad tractora del gasto de los asistentes sobre la economía valenciana, consolidando a los eventos musicales en vivo como un motor relevante de actividad y empleo a escala regional.

El cuadro 18 y el gráfico 19 ofrecen una visión detallada del impacto económico generado por los eventos musicales en la Co-

Cuadro 18. Resumen de impactos totales (organizadores + asistentes) por sectores de actividad de los eventos musicales en sala y festivales en la Comunitat Valenciana, 2024 (euros de 2024 y número de empleos equivalentes a tiempo completo)

a. Información a 30 sectores de actividad

| SECTORES DE ACTIVIDAD | OUTPUT(VENTAS) | | RENTA | | EMPLEO | |
|---|----------------|------|------------|------|--------|------|
| | EUROS | % | EUROS | % | EUROS | % |
| Agricultura, ganadería, caza y selvicultura | 18.271.124 | 1,25 | 4.767.028 | 1,24 | 233 | 1,85 |
| Pesca | 596.861 | 0,04 | 163.693 | 0,04 | 7 | 0,06 |
| Extracción de productos energéticos | - | - | - | - | - | - |
| Extracción de otros minerales excepto productos energéticos | 1.865.133 | 0,13 | 352.201 | 0,09 | 7 | 0,05 |
| Alimentación, bebidas y tabaco | 109.042.960 | 7,44 | 11.546.740 | 3,00 | 341 | 2,72 |
| Industria textil | 1.113.615 | 0,08 | 91.488 | 0,02 | 5 | 0,04 |
| Industria del cuero y del calzado | 2.507.627 | 0,17 | 343.326 | 0,09 | 14 | 0,11 |
| Industria de la madera y del corcho | 2.906.542 | 0,20 | 305.265 | 0,08 | 15 | 0,12 |
| Papel; edición y artes gráficas | 7.309.258 | 0,50 | 1.384.182 | 0,36 | 41 | 0,32 |
| Refino de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares | 27.111.744 | 1,85 | 2.413.227 | 0,63 | 7 | 0,06 |
| Industria química | 7.521.737 | 0,51 | 1.063.005 | 0,28 | 30 | 0,24 |
| Caucho y plástico | 3.058.565 | 0,21 | 507.995 | 0,13 | 19 | 0,15 |
| Otros productos minerales no metálicos | 7.315.958 | 0,50 | 667.618 | 0,17 | 33 | 0,26 |
| Metalurgia y fabricación de productos metálicos | 3.193.157 | 0,22 | 579.539 | 0,15 | 18 | 0,14 |
| Maquinaria y equipo mecánico | 8.008.840 | 0,55 | 1.925.514 | 0,50 | 58 | 0,46 |
| Equipo eléctrico, electrónico y óptico | 5.087.913 | 0,35 | 1.048.689 | 0,27 | 24 | 0,19 |
| Fabricación de material de transporte | 3.959.879 | 0,27 | 322.352 | 0,08 | 9 | 0,08 |
| Industrias manufactureras diversas | 10.478.125 | 0,71 | 1.769.069 | 0,46 | 66 | 0,52 |
| Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua | 57.817.728 | 3,94 | 8.029.490 | 2,09 | 70 | 0,56 |
| Construcción | 51.068.607 | 3,48 | 7.682.919 | 2,00 | 210 | 1,67 |

| (Continuación del cuadro) | OUTPUT(VENTAS) | | RENTA | | EMPLEO | |
|---|-----------------------|---------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|
| | SECTORES DE ACTIVIDAD | EUROS | % | EUROS | % | EUROS |
| Comercio y reparación | 97.105.619 | 6,63 | 31.456.779 | 8,18 | 1.717 | 13,66 |
| Hostelería | 568.994.571 | 38,82 | 148.992.031 | 38,76 | 5.502 | 43,79 |
| Transportes, almacenamiento y comunicaciones | 81.526.988 | 5,56 | 25.896.594 | 6,74 | 1.002 | 7,98 |
| Intermediación financiera | 50.032.529 | 3,41 | 13.621.735 | 3,54 | 204 | 1,62 |
| Actividades inmobiliarias y servicios empresariales | 203.395.247 | 13,88 | 72.188.194 | 18,78 | 1.071 | 8,52 |
| Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria | 46.122.842 | 3,15 | 16.302.342 | 4,24 | 629 | 5,01 |
| Educación | 1.789.601 | 0,12 | 736.518 | 0,19 | 21 | 0,17 |
| Sanidad y servicios sociales | 4.480.895 | 0,31 | 1.463.257 | 0,38 | 73 | 0,58 |
| Otras activ. sociales y de serv. a la comunidad; serv. personales | 74.857.771 | 5,11 | 24.257.324 | 6,31 | 753 | 5,99 |
| Hogares que emplean personal doméstico | 9.106.006 | 0,62 | 4.487.385 | 1,17 | 384 | 3,06 |
| TOTAL | 1.465.647.441 | 100,00 | 384.365.495 | 100,00 | 12.565 | 100,00 |

b. Información a 5 sectores de actividad

| | OUTPUT(VENTAS) | | RENTA | | EMPLEO | |
|--------------------------------|-----------------------|---------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|
| | SECTORES DE ACTIVIDAD | EUROS | % | EUROS | % | EUROS |
| Agricultura, ganadería y pesca | 18.867.984 | 1,29 | 4.930.721 | 1,28 | 240 | 1,91 |
| Energía | 86.794.605 | 5,92 | 10.794.918 | 2,81 | 84 | 0,67 |
| Industria | 171.504.177 | 11,70 | 21.554.782 | 5,61 | 674 | 5,36 |
| Construcción | 51.068.607 | 3,48 | 7.682.919 | 2,00 | 210 | 1,67 |
| Servicios | 1.137.412.067 | 77,60 | 339.402.157 | 88,30 | 11.357 | 90,39 |
| TOTAL | 1.465.647.441 | 100,00 | 384.365.495 | 100,00 | 12.565 | 100,00 |

FUENTE: Elaboración propia.

FUENTE: Elaboración propia.



IMPACTO ECONÓMICO

pública, por su parte, destaca también por su capacidad de absorción de empleo, generando 629 puestos de trabajo (5% del total). En conjunto, estos seis sectores suman 10.675 empleos, es decir, el 84,96% del total generado por los eventos musicales en la región.

Este patrón de concentración de impactos sectoriales evidencia cómo la celebración de festivales y conciertos tiene un vínculo directo con los sectores más expuestos al consumo turístico, cultural y recreativo. Sin embargo, si ampliamos la mirada desde una perspectiva más estructural, los datos del cuadro 17 revelan que el 55,1% de los empleos generados corresponden a impactos directos, lo que refleja una relación estrecha con las actividades directamente implicadas en los eventos. Pero también es destacable que el 44,9% restante de los puestos de trabajo, es decir, 5.638 empleos, se derivan de impactos indirectos e inducidos, lo que significa que los beneficios económicos se extienden hacia sectores aparentemente no vinculados al ámbito musical. Este efecto multiplicador pone de manifiesto el carácter transversal y dinamizador de los eventos musicales en vivo, capaces de generar una red de beneficios que permea el conjunto del sistema productivo valenciano, reforzando su impacto más allá del sector cultural y turístico. ●

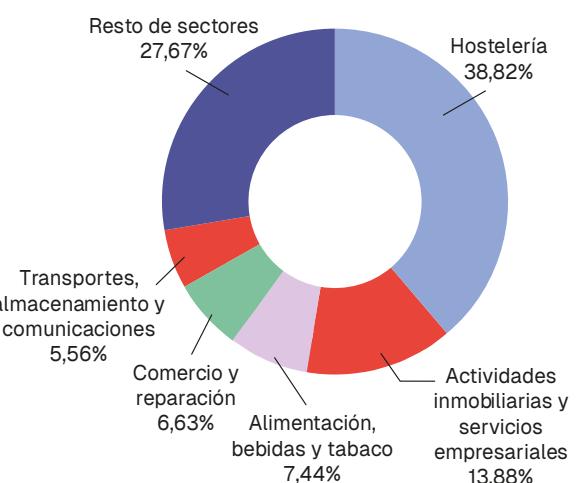
Con el fin de dimensionar adecuadamente la relevancia de los impactos económicos generados por los eventos musicales en directo, resulta útil comparar las cifras obtenidas con indicadores macroeconómicos de la Comunitat Valenciana. En conjunto, estos eventos representan casi el 0,3% del Producto Interior Bruto regional y el 0,6% del empleo total, lo que, pese a parecer porcentajes reducidos, evidencia una aportación significativa a la economía y al mercado laboral valencianos.

Asimismo, los resultados ponen de manifiesto una notable eficiencia en el uso de recursos privados. A partir de una inversión de 127,2 millones de euros por parte de los organizadores, el retorno económico es considerable. Por cada millón de euros invertido por los organizadores, se generan 11,5 millones en ventas adicionales en empresas de la Comunitat Valenciana, 3 millones en términos de PIB y cerca de 100 empleos equivalentes a tiempo completo en la región. Estos datos subrayan no solo la capacidad de la música en vivo para dinamizar la economía regional, sino también su papel como vehículo eficaz de inversión privada, con efectos que trascienden ampliamente el ámbito estrictamente musical y benefician a numerosos sectores del tejido productivo valenciano. ●

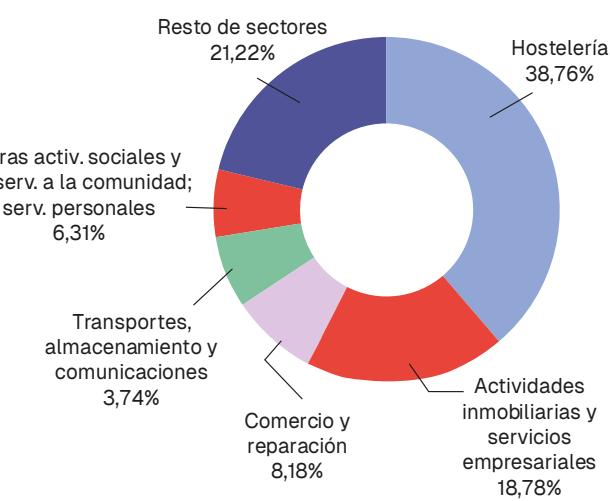
Sex Museum.
Concerts del Pinar.
Castellón de la Plana.
Junio 2025.
Foto: Vero Espinosa.

Gráfico 19. Impacto de los eventos musicales en la Comunitat Valenciana por sector de actividad, 2024 (porcentaje)

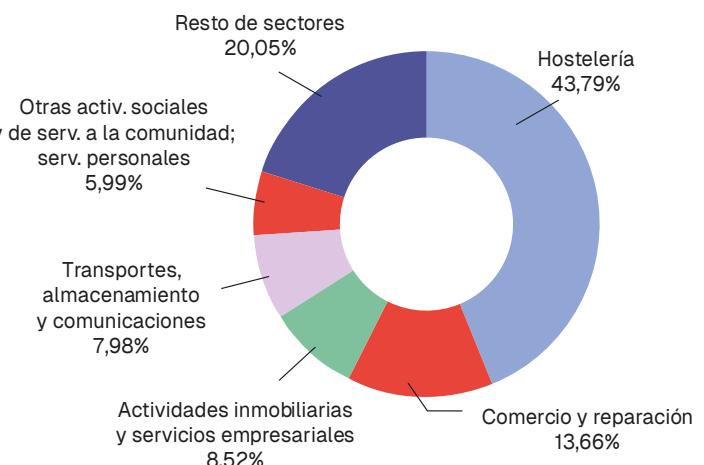
a. Impacto output (ventas)



b. Impacto renta



c. Impacto empleo



FUENTE: Elaboración propia.

6. EVOLUCIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO: EL IMPACTO DE LA DANA

Resulta conveniente comparar los datos obtenidos en este estudio con los obtenidos en el informe anterior. No solo porque permite valorar si la expansión de este sector es sostenida o, por el contrario, algo coyuntural, sino también porque 2024 fue un año especialmente atípico como consecuencia de los efectos de la dana del 29 de octubre de 2024.

En efecto, la dana afectó de forma severa a la provincia de Valencia, provocando daños materiales relevantes y una interrupción temporal de la actividad económica. En el ámbito de la música en vivo, el impacto se canalizó por dos vías principales: (i) la destrucción o inutilización de infraestructuras y equipamiento productivo (escenarios, sonido, iluminación, locales, almacenes y material técnico), y (ii) la cancelación o suspensión completa o parcial de conciertos y otros eventos programados en los meses posteriores y/o la reducción de la asistencia a los mismos por parte del público.

Esta sección tiene como objetivo comparar las cifras de impacto económico con las obtenidas en el informe anterior, así como contextualizar y dimensionar, de forma realista y con la información disponible, los efectos económicos de este episodio extraordinario sobre el sector de la música en vivo. En coherencia con el enfoque general del informe, el análisis se centra en los impactos sobre la actividad económica y no en la valoración patrimonial completa de los daños, que excede el alcance de este estudio.

Daños materiales en infraestructuras y equipamientos y pérdidas por cancelación de actividad

La escasa evidencia empírica a nivel sectorial disponible indica que, a cierre de 2024, los daños cuantificados para el sector musical profesional superaban los 5,0 millones de euros, a partir de información recopilada en 39 empresas afectadas (Llàcer, 2026). Esta

cifra agregada se descompone en 3.343.000 € de daños en infraestructuras y equipamiento, y 1.828.000 € de pérdidas asociadas a cancelación de eventos, con un total de 289 actividades canceladas. La estructura interna de los daños muestra una concentración especialmente elevada en el subsector de proveedores técnicos (sonido, iluminación y estructuras), seguido de promotoras, y en menor medida salas de conciertos y estudios de grabación; adicionalmente, se registran daños relevantes en agencias de *management*, con una cuantía superior a 300.000 €.

Una parte relevante del impacto de la dana se produjo en infraestructuras culturales de carácter colectivo, especialmente en municipios de la comarca de l'Horta Sud y otras zonas gravemente afectadas. Entre ellas destacan sociedades musicales, escuelas de música, auditorios y centros culturales, que desempeñan un papel fundamental en la actividad musical de proximidad y en la formación de públicos.

Las estimaciones disponibles sitúan los daños sufridos por sociedades musicales y escuelas de música en más de 2 millones de euros, afectando a varias decenas de entidades. Asimismo, las cifras agregadas del sector cultural apuntan a daños muy superiores cuando se consideran conjuntamente la música, el teatro y el cine, si bien no existe una desagregación completa específica para la música en vivo.

Conviene subrayar que estas cifras, como señala Llàcer (2026), aun siendo muy relevantes, constituyen una «fotografía» significativa pero incompleta de los efectos económicos de la dana. La propia evidencia sectorial destaca la dificultad de contabilizar plenamente los daños, tanto por la elevada fragmentación del sector como por la existencia de una parte importante de actividad y equipamiento distribuido en microempresas, autónomos y profesionales sin estructura administrativa robusta. En las zonas más afectadas se concentran numerosos locales de ensayo, pequeños talleres, comercios especializados, almacenes y equipos de técnicos *freelance* cuyo daño no ha sido documentado de forma homogénea, lo que tiende a infraestimar el alcance real del *shock* sobre el capital productivo.

Consideraciones sobre el stock de capital afectado

Las magnitudes anteriores permiten afirmar que la dana generó un episodio de destrucción de capital productivo en el sector de la música en vivo (equipamiento técnico, infraestructuras privadas y parte de infraestructuras culturales), pero no permiten estimar con rigor el stock de capital total afectado. Una cuantificación del stock de capital destruido exigiría un estudio específico que identificase activos por tipología (equipos técnicos, mobiliario, inmovilizado material, adecuación de locales, infraestructuras públicas), estableciera criterios homogéneos de valoración (valor de reposición, depreciación,

aseguramiento, etc.) y realizase un trabajo de campo exhaustivo. La estimación del stock de capital destruido no constituye el objetivo del presente informe, centrado en la medición del impacto económico de la actividad generada por la música en vivo, si bien los escasos datos cuantitativos y cualitativos disponibles sugieren que el impacto en el stock de capital total sería previsiblemente muy superior al recogido en las cifras cuantificadas (Pérez *et al.* 2025, en prensa). En consecuencia, las cifras aquí presentadas deben entenderse como una estimación de mínimos, adecuada para contextualizar los efectos de la dana sobre la actividad económica del sector, pero no para cuantificar de forma completa el alcance patrimonial de los daños sufridos.

Impacto de la dana sobre la actividad económica del sector en 2024

Al analizar los impactos económicos derivados de la dana, es importante considerar que, más allá de los daños materiales, este episodio meteorológico extremo tuvo un efecto significativo sobre la actividad económica del sector musical. El cierre temporal de salas y la cancelación de festivales y otros eventos musicales afectaron gravemente el normal desarrollo del sector. Se estima que aproximadamente 290 actividades fueron canceladas directamente como consecuencia de la dana y de sus efectos inmediatos.⁴

Estas cancelaciones y suspensiones de actividad repercutieron de forma transversal en los distintos agentes de la cadena de valor de la música en vivo, incluyendo promotores, artistas, personal técnico, salas de conciertos y otros operadores vinculados al sector.

Desde la perspectiva del análisis de impacto económico realizado en este informe, no se ha valorado el daño material sobre el stock de capital, sino únicamente los efectos derivados de la contracción de la actividad económica durante los meses posteriores al episodio. En concreto, se han tenido en cuenta las suspensiones temporales

⁴ Las pérdidas económicas asociadas a estas cancelaciones, considerando tanto la recaudación no realizada como los gastos ya incurridos, se sitúan en torno a 1,8 millones de euros (Llàcer 2026).

de actividad en determinadas salas y la cancelación de conciertos y festivales, lo que ha contribuido a que los niveles de actividad del sector en 2024 se sitúen por debajo de los que razonablemente se habrían alcanzado en ausencia de este *shock* exógeno.

Con el fin de dimensionar estos efectos sobre el impacto económico del sector, en esta sección se realiza una estimación de las pérdidas en términos de *output*, renta y empleo asociadas a la suspensión de actividad durante los meses de noviembre y diciembre de 2024 en un conjunto de salas, así como a la cancelación de determinados festivales. Para ello, en el caso de las salas, de las 39 consideradas, 9 han declarado haberse visto afectadas por la dana. En conjunto, estas salas cancelaron un total de 84 eventos musicales, que se hubieran llevado a cabo en un año normal. En el caso de los festivales, dos de ellos se suspendieron, mientras que otros cuatro tuvieron que adaptarse a las nuevas circunstancias tras la dana cancelando parte de sus actividades programadas y viendo reducidos sus ingresos y, en muchos casos, el número de asistentes. Los datos disponibles muestran que esa reducción de las actividades y de los asistentes se estima en alrededor del 30% de media. Esta información, aunque con las limitaciones inherentes al ejercicio, permite ofrecer una primera aproximación cuantitativa del impacto de la dana sobre la actividad económica generada por el sector de la música en vivo en 2024.

El **gráfico 20** permiten realizar una lectura comparada del impacto económico total de los eventos musicales en la Comunitat Valenciana entre 2023 y 2024, así como aislar de manera explícita los efectos negativos atribuibles a la dana del 29 de octubre de 2024, que aparecen señalizados en color rojo.

La comparación interanual muestra que, pese a haberse producido un *shock* adverso significativo a finales del ejercicio, el impacto económico de los eventos musicales en 2024 es superior al registrado en 2023. En el caso del impacto sobre la producción, el *output* generado por la actividad del sector de la

música en vivo pasa de 1.457,5 millones de euros en 2023⁵ a 1.465,6 millones en 2024, lo que supone un incremento moderado de 8,1 millones de euros, pero relevante en un contexto marcado por la catástrofe natural. De manera similar, el impacto en renta aumenta en 2,7 millones desde 381,6 millones de euros en 2023 hasta 384,4 millones en 2024, reflejando una mayor capacidad del sector para generar valor añadido y remuneraciones. Por último, el impacto sobre el empleo también muestra una evolución positiva con un aumento de 52 empleos, pasando de 12.513 empleos en 2023 a 12.565 en 2024. En conjunto, estos resultados indican que la actividad musical en vivo mantiene, a pesar de las dificultades, una senda de crecimiento y consolidación, confirmando su relevancia económica y su capacidad para sostener impactos significativos incluso en un entorno adverso.

La inclusión explícita de los efectos de la dana, representados en rojo en los tres gráficos, resulta clave para una correcta interpretación de los resultados de 2024. En concreto, la dana generó una pérdida estimada de 7,1 millones de euros de *output*, una reducción de 1,85 millones de euros en términos de renta, y una merma de 60 empleos equivalentes a tiempo completo al año. Estas magnitudes, aunque relativamente modestas en relación con el volumen total del impacto anual, no son en absoluto despreciables y evidencian que la dana tuvo un efecto negativo real sobre la actividad generada por el sector en tan solo dos meses del año, fundamentalmente a través de la cancelación de eventos, la suspensión temporal de actividad en determinadas salas, situadas en zonas afectadas por la inundación o cuyos proveedores de servicios y materiales se vieron afectados, y la reducción del número de asistentes en los dos últimos meses del año, a lo que habría que sumar los efectos derivados de la destrucción de determinadas infraestructuras productivas.

Estos resultados permiten extraer una conclusión relevante: el impacto económico observado en 2024 es un impacto «neto de

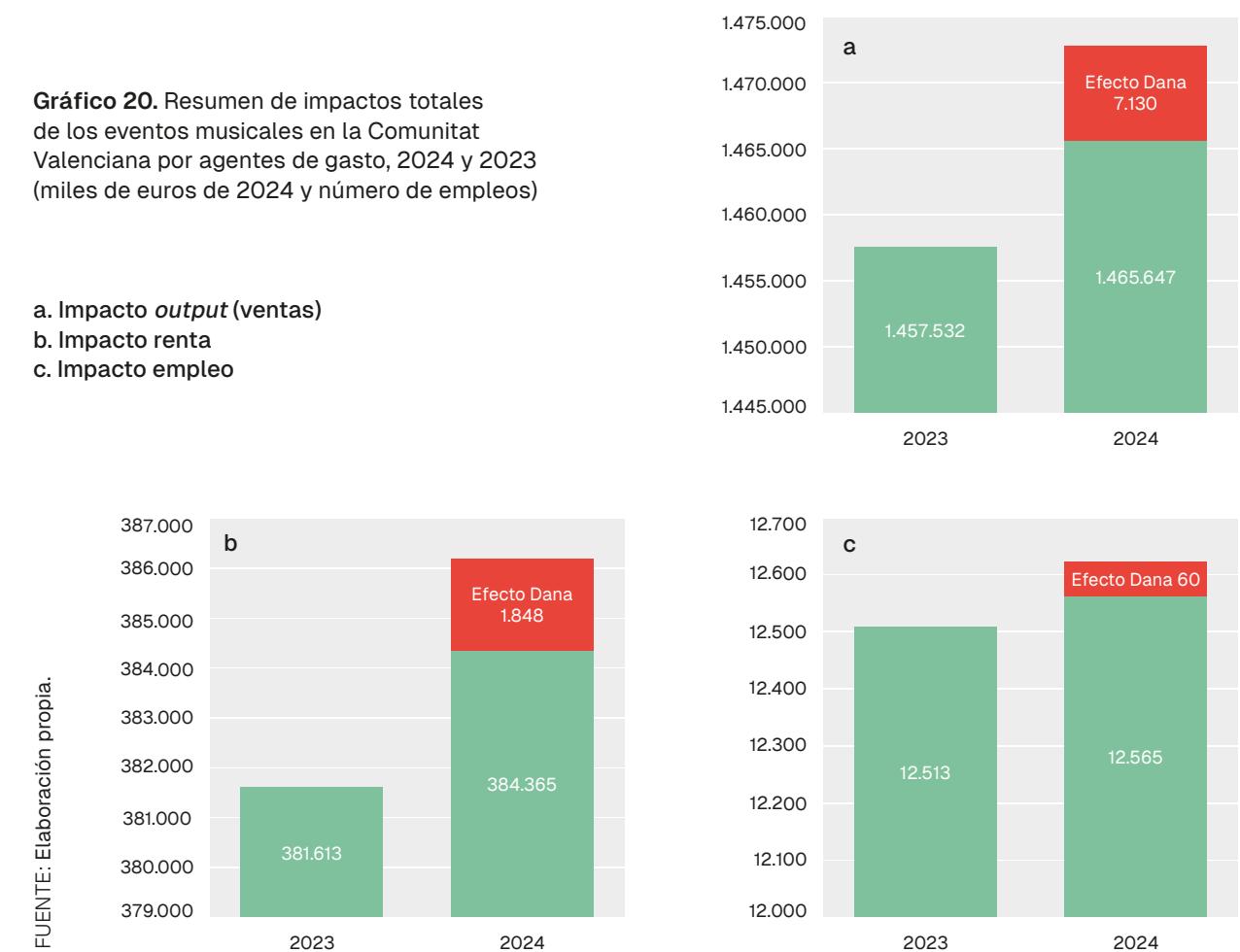
dana», es decir, un resultado que ya incorpora un *shock* negativo extraordinario. En ausencia de dicho episodio, el impacto en la producción, renta y empleo asociado a los eventos musicales habrían sido superiores, lo que refuerza la idea de que la evolución del sector en 2024 habría sido más favorable de no haberse producido la dana. Concretamente, el *output* generado sería 15,2 millones de euros superior al de 2023 (un 1% mayor), la renta sería 4,6 millones de euros superior (un 1,2% mayor) y se habrían generado 112 empleos adicionales (un 0,4% más).

En suma, los gráficos evidencian que la música en vivo sigue siendo un motor económico relevante en la Comunitat Valenciana,

al tiempo que subrayan la necesidad de interpretar los resultados de 2024 incorporando explícitamente el impacto adverso de la dana, que ha reducido de forma medible el potencial económico del sector en el corto plazo. Finalmente, conviene subrayar, de nuevo, que estos resultados son estimaciones del impacto en la actividad económica propia y asociada del sector y que las pérdidas en el *stock* de capital productivo del sector son previsiblemente mucho más importantes, no solo desde el punto de vista cuantitativo a corto plazo, sino también porque tienen un efecto de largo plazo que puede llegar a ser permanente, ya que afectan a la capacidad productiva futura del sector. ●

Gráfico 20. Resumen de impactos totales de los eventos musicales en la Comunitat Valenciana por agentes de gasto, 2024 y 2023 (miles de euros de 2024 y número de empleos)

- a. Impacto *output* (ventas)
- b. Impacto renta
- c. Impacto empleo



FUENTE: Elaboración propia.

⁵ Las cifras de impacto *output* y renta de 2023 se han actualizado con el IPC para realizar las comparaciones con los resultados correspondientes a 2024.

7. CONCLUSIONES

Tal y como decíamos en la introducción de este informe, la Comunitat Valenciana cuenta con una tradición musical sólida y profundamente arraigada, que se manifiesta tanto en su patrimonio histórico como en la vitalidad de su oferta contemporánea de música en directo. Esta dimensión cultural, ampliamente reconocida, se complementa con una realidad económica de notable relevancia, en la medida en que los conciertos y festivales constituyen una actividad capaz de generar producción, renta y empleo, así como de movilizar flujos de gasto que se extienden a numerosos sectores de la economía regional. El presente informe ha tenido como objetivo principal cuantificar dicha contribución económica para el año 2024, dando continuidad al ejercicio realizado para 2023 y permitiendo evaluar la evolución reciente del sector en un contexto marcado, además, por un *shock* exógeno de gran magnitud como fue la dana del 29 de octubre de 2024.

La celebración de eventos musicales en vivo genera efectos económicos que se extienden ampliamente a casi todos los sectores productivos, en particular al turismo y a sectores estrechamente vinculados como la hostelería, el transporte, el comercio y los servicios personales. Estos efectos se amplifican a través de un mecanismo multiplicador que trasciende el propio sector musical y alcanza a una parte significativa del tejido productivo valenciano. En este contexto, el análisis no se limita a cuantificar dichos impactos, sino que persigue también ofrecer a las administraciones públicas y a los promotores culturales una base empírica sólida que facilite la justificación de inversiones y el diseño de políticas orientadas a reforzar un sector estratégico desde una perspectiva tanto cultural como económica.

Sin embargo, pese a su importancia, los estudios dedicados a evaluar el impacto

económico de la música en directo siguen siendo escasos, en gran medida debido a las dificultades inherentes a la obtención de información detallada y a la aplicación de metodologías capaces de captar el conjunto de efectos generados por este tipo de eventos. La mayor parte de los trabajos existentes se han centrado en el análisis agregado del sector musical o en la recaudación por taquilla, sin incorporar de forma sistemática el gasto de los asistentes ni los efectos indirectos e inducidos asociados. El presente estudio es una actualización del informe del año anterior y, al igual que aquel, supera estas limitaciones al ofrecer, junto a la estimación del gasto directo de organizadores y asistentes, un análisis exhaustivo del impacto económico total de dicho gasto, proporcionando así una visión más completa y útil para la planificación estratégica y la formulación de políticas públicas en el ámbito cultural.

El informe subraya la magnitud de la actividad económica generada por la música en directo en la Comunitat Valenciana. En 2024, el sector mantuvo un elevado dinamismo empresarial, con 2.262 empresas vinculadas a la música en vivo operando en la región. A lo largo del año se celebraron 6.081 conciertos, a los que se añadieron los principales macrofestivales, configurando una oferta amplia y diversa que atrajo en conjunto a más de 3 millones de asistentes. La recaudación total asociada a la música en vivo, incluyendo tanto conciertos como macrofestivales, alcanzó los 108,5 millones de euros en la CV, lo que confirma el creciente peso económico del sector. Esta intensa actividad no se limita a los ámbitos estrictamente musicales, sino que genera efectos indirectos significativos que se proyectan sobre el conjunto de la economía valenciana.

Para evaluar el impacto económico de los festivales y de los conciertos en salas, el estudio estima el gasto adicional generado por dos agentes principales: los organizadores de eventos y los asistentes. A partir de la información obtenida mediante encuestas y de su actualización metodológica, se

Todos los indicadores relevantes muestran una evolución positiva, con especial intensidad en las variables de actividad y mercado, número de conciertos, asistentes y recaudación

ha cuantificado el gasto asociado a la celebración de eventos musicales y se ha identificado la parte de dicho gasto que actúa como generador de impacto neto sobre la economía valenciana, una vez descontadas las importaciones y el gasto de los asistentes residentes que se habría producido igualmente en ausencia de los eventos. Este gasto neto se canaliza mayoritariamente a través del consumo de los asistentes, seguido del gasto realizado por los organizadores, y se concentra principalmente en sectores como

la hostelería, el transporte, el comercio, los servicios inmobiliarios y empresariales, así como en otras actividades sociales y de servicios personales, que absorben la mayor parte del gasto generado.

El informe estima que los gastos asociados a la realización de eventos de música en directo generaron en 2024 un impacto económico total de 1.465,6 millones de euros en producción (ventas), 384,4 millones de euros en renta (PIB) y 12.565 empleos equivalentes a tiempo completo. Estas magnitudes representan en torno al 0,3% del PIB y al 0,6% del empleo de la Comunitat Valenciana, lo que confirma la relevancia estructural del sector dentro de la economía regional.

Los resultados ponen de manifiesto, además, una elevada eficiencia en el uso de los recursos privados movilizados, en la medida en que la inversión asociada a la música en directo se traduce en un volumen significativo de actividad económica, renta y empleo en el conjunto del territorio. En este sentido, la música en vivo no solo genera efectos directos sobre el propio sector cultural, sino que actúa como un potente vector de dinamización económica, con impactos especialmente relevantes en la

hostelería, el comercio, el transporte, los servicios empresariales y las actividades recreativas, culturales y artísticas.

La comparación de las cifras de impacto con las obtenidas en el informe anterior

pone de manifiesto la continuidad y consolidación del impacto económico de la música en vivo en la Comunitat Valenciana. En términos agregados, todos los indicadores relevantes muestran una evolución positiva, con especial intensidad en las variables de actividad y mercado, número de conciertos, asistentes y recaudación, y un crecimiento más moderado, aunque significativo, en los impactos macroeconómicos finales sobre producción, renta y empleo. Este patrón es coherente con un contexto de expansión de

la demanda, particularmente en el segmento de los macrofestivales, y con una mayor capacidad del sector para transformar el gasto privado en actividad económica distribuida a lo largo de la cadena de valor regional.

Los resultados de 2024 confirman, además, que el elevado impacto observado en 2023 no respondió exclusivamente a un efecto coyuntural asociado a la recuperación postpandemia, sino que refleja una dinámica de carácter más estructural. El mantenimiento del impacto económico del sector en torno al 0,3% del PIB y al 0,5% del empleo regional, junto con el aumento del número de empresas y de la recaudación, refuerza la idea de que la música en vivo se ha consolidado como un componente estable del ecosistema cultural y económico valenciano.

Los efectos de la dana en la interpretación de los resultados de 2024

La lectura de los resultados correspondientes a 2024 debe realizarse incorporando explícitamente los efectos adversos derivados de la dana del 29 de octubre, que afectó de forma

significativa a la provincia de Valencia en el último tramo del año. Tal y como se ha estimado en este informe, la cancelación de actividades asociadas a determinados festivales y la suspensión temporal de la actividad en determinadas salas durante los meses de noviembre y diciembre provocaron una reducción aproximada de 7,1 millones de euros en producción, 1,8 millones de euros en renta y 60 empleos equivalentes a tiempo completo.

Estas pérdidas explican que el crecimiento del impacto económico agregado entre 2023 y 2024 sea relativamente contenido, pese al notable aumento de la actividad y de la recaudación observadas a lo largo del año. En ausencia de este *shock* exógeno, los niveles de producción, renta y empleo asociados a la música en vivo habrían sido superiores, lo que refuerza la interpretación de los resultados de 2024 como un escenario de impacto neto de dana. En este sentido, la comparación interanual pone de manifiesto tanto la resiliencia del sector, capaz de mantener una trayectoria de crecimiento agregado, como su vulnerabilidad frente a episodios climáticos extremos, que introducen perturbaciones relevantes incluso en un contexto de expansión de la demanda. ●

Cuadro 19. Evolución de los principales indicadores del impacto económico de la música en vivo. Comunitat Valenciana, 2023–2024

| INDICADOR | 2023 | 2024 | VARIACIÓN |
|---|---------|---------|-----------|
| Empresas del sector musical | 2.119 | 2.262 | +6,7% |
| Número de conciertos (sin macrofestivales) | 5.559 | 6.081 | +9,4% |
| Asistentes totales (incl. macrofestivales) (millones) | 2,5 | 3,0 | +20% |
| Recaudación total música en vivo (M€) (sin macrofestivales) | 18,9 | 22,6 | +19,5% |
| Impacto económico en producción – <i>output</i> (M€) | 1.457,5 | 1.465,6 | +0,6% |
| Impacto económico en renta – PIB (M€) | 381,6 | 384,4 | +0,7% |
| Empleo generado (ETC) | 12.513 | 12.565 | +0,4% |

FUENTE: Fundación SGAE (2025), Pastor et al. (2024) y elaboración propia.

MÁS QUE UN PATRIMONIO

* Beatriz Traver

Directora adjunta de Música y Cultura
Popular Valenciana (Institut Valencià de Cultura)



El año 2024 quedará inevitablemente marcado en nuestra memoria colectiva por el impacto que provocó la dana en una parte significativa del territorio valenciano. El sector musical, que ya había demostrado en numerosas ocasiones su resistencia y capacidad de adaptación, se encontró de repente ante una prueba inesperada: infraestructuras dañadas, equipamientos inundados, calendarios alterados y un sentimiento de fragilidad que hizo hincapié en proyectos que, hasta hacía unos días, parecían avanzar con paso firme. Pero, al

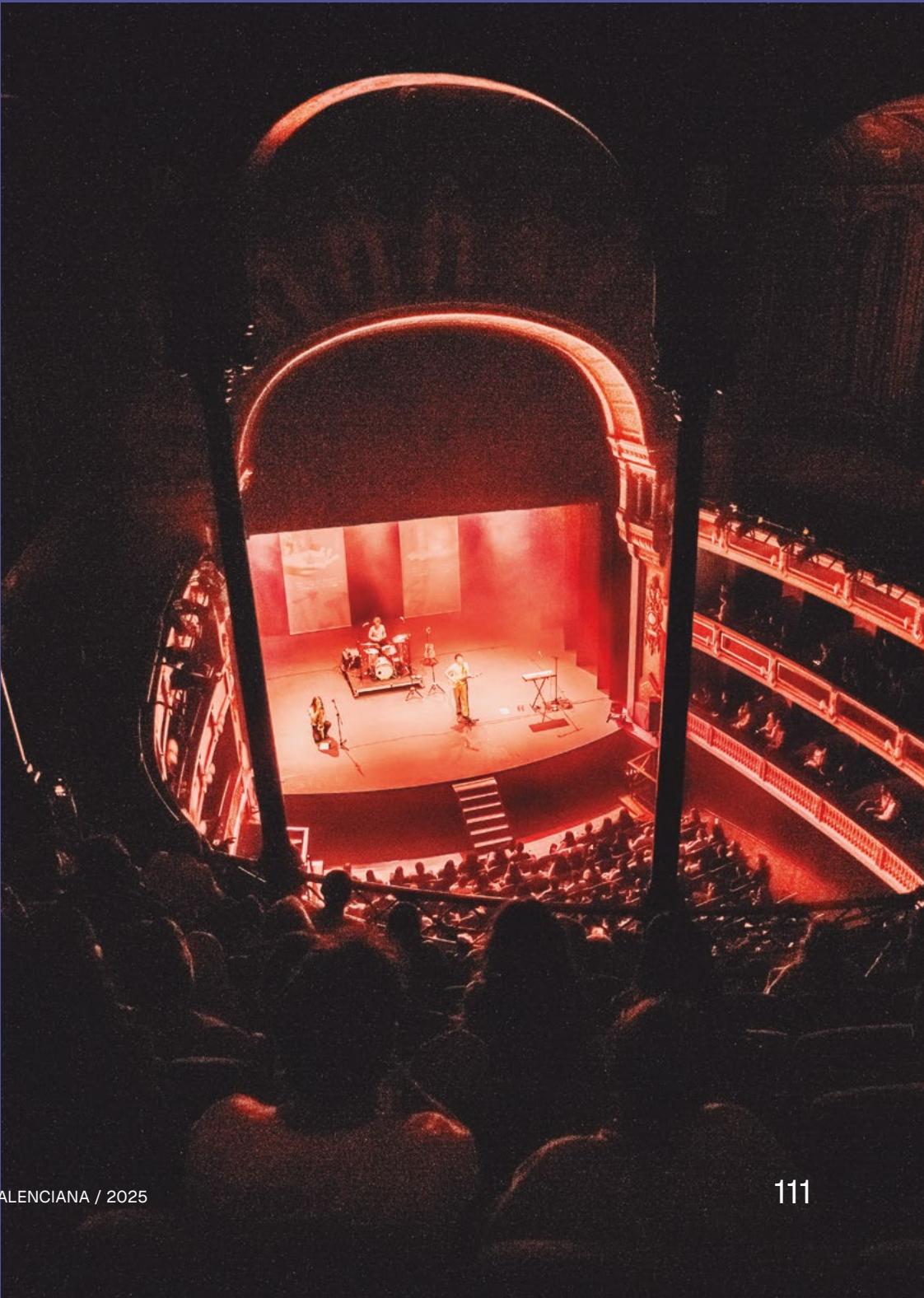
mismo tiempo, lo que se hizo evidente fue la fuerza de una comunidad que sabe unirse en los momentos más difíciles. Desde ayuntamientos y

profesionales de la producción hasta bandas de música, salas, festivales y creadores, todo el mundo respondió con agilidad y compromiso, pero, sobre todo, generosidad.

Desde el Institut Valencià de Cultura activamos, tan rápidamente como fue posible, mecanismos de apoyo para minimizar el impacto de la emergencia y acompañar al sector en la reconstrucción. Pero es importante reconocer que la respuesta inicial, muchas veces, ya había llegado desde el propio tejido musical: redes informales de ayuda, préstamo de material, cesión de espacios, reorganización de agendas, propuestas de suspensión o sustitución solidarias. Este espíritu cooperativo es, sin lugar a duda, uno de los valores

La dana hizo evidente la fuerza de una comunidad que sabe unirse en los momentos más difíciles

pablopablo. Fira Valenciana de la Música Trovam.
Teatro Principal. Castellón de la Plana. Noviembre 2025.
Foto: Carlos Part.



más profundos de la música valenciana, un valor que va mucho más allá de la actividad artística y que nos identifica como comunidad cultural.

Ahora bien, el *Anuario 2025 de la Música en la Comunitat Valenciana* no solo debe mirar atrás para recordar las dificultades superadas. Debe hacer, sobre todo, una lectura de futuro. Y el futuro del sector musical valenciano es prometedor si sabemos seguir trabajando desde la profesionalidad, la innovación y la voluntad colaborativa. En los últimos años hemos asistido a una evolución clara: un aumento de la calidad en la producción musical; una presencia más significativa de artistas valencianos en circuitos estatales e internacionales; una consolidación de festivales y ciclos que ya forman parte del calendario cultural de referencia; y una diversificación de modelos empresariales que manifiesta que la música valenciana es mucho más que un patrimonio: es un sector económico en expansión.

Esta potencialidad económica y creativa no es casual. Se fundamenta en tres pilares que merecen ser destacados. El primero es la tradición. Un territorio con más de seiscientas sociedades musicales, con una red pedagógica única y un movimiento asociativo arraigado, genera un ecosistema donde la música se vive diariamente y desde la base. Este capital humano es irrepetible y es el punto de partida de muchas de las trayectorias profesionales que hoy sitúan a la Comunitat Valenciana como una referencia mediterránea en creatividad musical.

El segundo pilar es el talento. La generación actual de creadores y creadoras valencianas destaca por su capacidad de combinar sensibilidades locales con lenguajes globales. Desde la música de raíz renovada hasta la electrónica, el pop alternativo, el jazz, la música urbana o las propuestas híbridas más atrevidas, nuestro panorama está lleno de voces que se proyectan con naturalidad y que conectan con públicos diversos. Talento que, cuando se encuen-

tra con las condiciones adecuadas -apoyo público, estabilidad profesional, espacios de encuentro y difusión-, se transforma en motor de crecimiento.

El tercer pilar es la industria. Es cierto que todavía tenemos retos importantes -profesionalización, sostenibilidad laboral, internacionalización, consolidación de estructuras empresariales-, pero también es cierto que nunca habíamos tenido un entramado tan amplio y articulado como el que tenemos ahí. Salas, sellos, promotores, managers, equipos técnicos, empresas de sonido e iluminación, estudios de grabación, agentes de difusión digital y profesionales de la comunicación musical son, colectivamente, el núcleo que permite que la creatividad se convierta en actividad económica y en oportunidad laboral.

Desde el IVC seguiremos trabajando para que estos tres pilares -tradición, talento e industria- se sostengan sobre estrategias públicas estables, eficientes y dialogadas con el sector. Y lo haremos con el objetivo de reforzar la resiliencia que ya hemos demostrado ante las adversidades, pero también de impulsar la proyección exterior, la innovación y la diversidad, entendiendo la música como un bien cultural esencial pero también como una fuente de dinamización económica y territorial.

El *Anuario* que tenéis en las manos es una imagen precisa, rigurosa y necesaria de un sector vivo que, a pesar de las dificultades, sigue avanzando con determinación. Nos lanza datos, análisis y tendencias que nos permiten tomar decisiones informadas y que favorezcan el trabajo de centenares de profesionales que hacen posible que la música valenciana sea, ahora, un motor cultural de primer orden.

Deseo que estas páginas sean, al mismo tiempo, un espejo y un estímulo: un espejo para reconocer el camino recorrido y un estímulo para seguir construyendo, juntos, un futuro musical más fuerte, más sostenible y más creativo. ●

LA MÚSICA EN VIVO COMO MOTOR ECONÓMICO



* Eva Benages

Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) y Universitat de València

La música está de moda. No sólo porque ocupa un lugar central en nuestra cultura y en la vida cotidiana de millones de personas, sino porque se ha convertido en uno de los sectores económicos más dinámicos y con mayor capacidad de adaptación en los últimos años. La creciente presencia de música en vivo, el auge de los festivales, la expansión de las plataformas digitales y la revalorización social de la cultura han impulsado un nuevo ciclo de crecimiento para la industria musical, que se aceleró especialmente tras la pandemia del COVID-19.

El año 2020 supuso un año de inflexión para el sector. Lo obligó a replantearse sus modelos de negocio, a reforzar sus capacidades y a realizar múltiples innovaciones para seguir a flote, lo que explica en parte su buen momento actual. Al mismo tiempo, la vuelta del



Parquesvr. Concerts al Veles.
València. Noviembre 2025.
Foto: Patricia Vargas. Cortesía de Agència Districte.

público a conciertos y festivales evidenció una demanda contenida que, una vez eliminadas las restricciones sanitarias y de movilidad, se tradujo en un aumento significativo del consumo cultural presencial. De esta manera, se dio lugar a récords de asistencia, ampliación de programaciones, crecimiento del número de giras y la consolidación de festivales de distintos formatos y tamaños.

Por todo ello, la industria musical se ha convertido en una fuente de ingresos para los territorios. Por un lado, su cadena de valor es amplia y abarca distintos tipos de actividades (creativas, logísticas, tecnológicas, merchandising, etc.) y, por otro, el sector cuenta con una elevada capacidad

tractora sobre el resto de la economía. En especial, ha sido la música en vivo la que ha recuperado su papel como uno de los principales generadores de impacto económico. Los conciertos y festivales generan elevados niveles de gasto, tanto por parte de la organización como del público y actúan como catalizadores para sectores como la hostelería, el transporte, el comercio local y la industria audiovisual. Así, se generaron impactos directos, indirectos e inducidos sobre la economía, que van mucho más allá del peso que las empresas del sector tienen en el PIB o el empleo.

En este contexto, la Comunitat Valenciana se ha consolidado en la última década como uno de los territorios más dinámicos

Los festivales y los conciertos superan con creces el impacto generado por otro tipo de eventos deportivos e infraestructuras emblemáticas

en el panorama musical español. El número de asistentes a eventos musicales en directo supera ya los 3 millones de personas al año y el volumen de recaudación supera los 100 millones, además de experimentar tasas de crecimiento que rondan el 30% los últimos años. Su oferta combina festivales de proyección internacional, una red de salas con actividad regular, una sólida tradición musical y un ecosistema profesional en expansión. En consecuencia, el sector se convierte en un componente estratégico de la economía cultural valenciana que actúa como un generador directo de actividad económica, pero que también contribuye al buen funcionamiento y desarrollo del resto de la economía.

Así lo demuestra el segundo estudio de *Impacto económico de la música en directo en la Comunitat Valenciana (2024): resultados y efectos de la dana*, publicado en este mismo Anuario. Las cifras hablan por sí solas: los festivales musicales y los eventos organizados por las salas de conciertos más importantes aportaron a la renta de la Comunitat Valenciana algo más de 384 millones de euros, mientras que mantuvieron alrededor de 12.500 empleos equivalentes a tiempo completo al año. Estas cifras suponen un 0,3% del PIB y un 0,6% del empleo valenciano y superan con creces el impacto generado por otros tipos de eventos deportivos cada vez más populares como el maratón de València o el de infraestructuras tan emblemáticas como la Ciudad de las Artes y las Ciencias. Si comparamos este impacto con otros sectores tradicionales de la región valenciana, la música en vivo mantiene al año una cantidad de puestos de trabajo similar a la de la industria textil, la de la madera y el corcho o la de fabricación de muebles.

Por otro lado, además de estos impactos cuantificables, no hay que olvidar que la industria musical genera externalidades positivas de gran valor. Entre ellas, atrae y retiene el talento creativo, contribuye al bienestar de las personas y a mejorar la cohesión social, e influye positivamente en la imagen y reputación de las ciudades y regiones. En este sentido, la proyección turística es otro de los elementos distintivos del impacto musical valenciano. La combinación de festivales de referencia, un clima favorable, infraestructuras de transporte y una oferta turística complementaria han convertido la Comunitat Valenciana en un destino preferente para el turismo cultural y de ocio. La música actúa aquí como un factor de diferenciación respecto a otros destinos mediterráneos, aportando atractivo y ampliando la estacionalidad del turismo más allá de los meses de verano. En esta línea, la inversión en infraestructuras musicales -salas, auditorios, espacios al aire libre equipados, etc.- o las ayudas para la organización de eventos musicales deberían formar parte de las estrategias de desarrollo regionales y municipales, reforzando el papel de la cultura y la música como eje de competitividad territorial y de creación de riqueza. ●

LA COMUNITAT VALENCIANA: UNA TIERRA DE MÚSICA



★ Soco Collado

Presidenta de la Federación de la
Música de España EsMúsica

España es un país musical y, sin duda, la Comunitat Valenciana es una de las regiones más destacadas en cuanto a la «implantación musical» en la sociedad.

En nuestro sector acostumbramos a analizar los datos ‘industriales’ de la actividad. En consecuencia, pocas veces ponemos el foco en el enorme valor que la música aporta a la sociedad. Sin embargo, resulta inevitable hacerlo al pensar en la Comunitat Valenciana: esta es la región de España con mayor densidad de formaciones musicales de base, en las que participan miles de músicos desde la infancia. De este modo, se logra un arraigo cultural desde la cotidianidad que fomenta la cultura popular. Este rasgo, sin duda, imprime carácter a la región.

Asimismo, hay que destacar que el sector musical profesional en la Comunitat Valenciana también tiene gran importancia. Un gran número de agentes y empresas de las distintas ramas de la música en vivo y la música grabada constituyen el ecosistema de la región. Son ellos quienes ponen en pie cada día miles de conciertos en salas u otros recintos de más aforo, en pequeños o grandísimos festivales. Como resultado, la Comunitat Valenciana es un foco de turismo musical en España y, además, se producen trabajos discográficos de distintos géneros.

Manolo García. Concierto benéfico por la dana.
La Fonteta. València. Enero 2025.
Cortesía de Territorio Musical.



2024 nos hizo contener el aire a todo el país y a los profesionales de la industria que estábamos en la feria BIME Bilbao. Fue allí desde donde seguimos la dana que azotó y asoló diversas áreas muy importantes de la Comunitat Valenciana. Desde estas líneas, un año después de aquella trágica sacudida climática, un recuerdo a las víctimas que perdieron la vida en esos fatídicos días y un cálido abrazo a sus familiares.

Para el sector, este desastre no solo interrumpió programaciones y obligó a cancelar festivales, conciertos y giras, sino que generó un efecto dominó en todo el tejido empresarial que sostiene la música en directo: promotores, salas, empresas de sonido e iluminación, personal técnico, transporte, restauración asociada a los eventos y, por supuesto, los propios artistas. Lo que para el público puede traducirse en la frustración de no poder asistir a un espectáculo esperado, para quienes viven de esta actividad supone la pérdida de ingresos irrecuperables, compromisos rotos y, en muchos casos, la amenaza a la supervivencia.

La música en directo se articula a través de un entramado de pequeñas y medianas empresas que, en su mayoría, funcionan con márgenes muy ajustados. La dana ha puesto en evidencia cómo una catástrofe natural puede arrasar meses de trabajo y planificación en cuestión de horas. Un festival cancelado significa la pérdida de inversión en producción, comunicación, contratación de artistas y logística. Son gastos difícilmente recuperables en el corto plazo. Para muchas pymes, un golpe de estas características puede significar la diferencia entre continuar o cerrar definitivamente. Además, el impacto se extiende más allá de las empresas directamente vinculadas a la música. Cada actuación suspendida implica pérdidas para hoteles, restaurantes, servicios de transporte y comercios locales. La

interdependencia de la industria musical con el tejido económico local es profunda, y las inundaciones han revelado la magnitud de este vínculo.

Conviene recordar que la música en directo llega a esta situación tras haber afrontado la pandemia de la COVID-19, que ya supuso un golpe sin precedentes. Muchos de los actores que resistieron lo hicieron gracias a ayudas extraordinarias y esfuerzos personales. En este contexto, la dana no fue solo un desastre puntual, sino un recordatorio de la fragilidad estructural de una actividad que carece de mecanismos sólidos de protección frente a contingencias externas.

Esta catástrofe climática debe servir como punto de inflexión para replantear cómo se protege y se fortalece el sector de la música frente a crisis inesperadas. En primer lugar, urge reconocer el papel estratégico de la música no solo como motor económico -que lo es, con un peso creciente en el PIB y en la generación de empleo-, sino como derecho ciudadano y factor de cohesión social.

Desde ahí, se deben impulsar políticas públicas que contemplen planes de contingencia específicos. La experiencia de la dana muestra que la música no puede seguir siendo tratada como una actividad accesoria. Es un bien esencial cuya vulnerabilidad afecta de manera directa al tejido social y económico de las comunidades.

La catástrofe de octubre de 2024 debe servir de lección y el recuerdo de su impacto en la música debería permanecer como una advertencia. No podemos seguir construyendo una industria sobre bases tan frágiles, confiando únicamente en la buena voluntad de quienes la sostienen. La resiliencia debe ser parte central de la estrategia de desarrollo cultural. Porque la música no solo genera riqueza: también crea identidad, pertenencia y esperanza. De esto sabe mucho toda la sociedad valenciana. ●



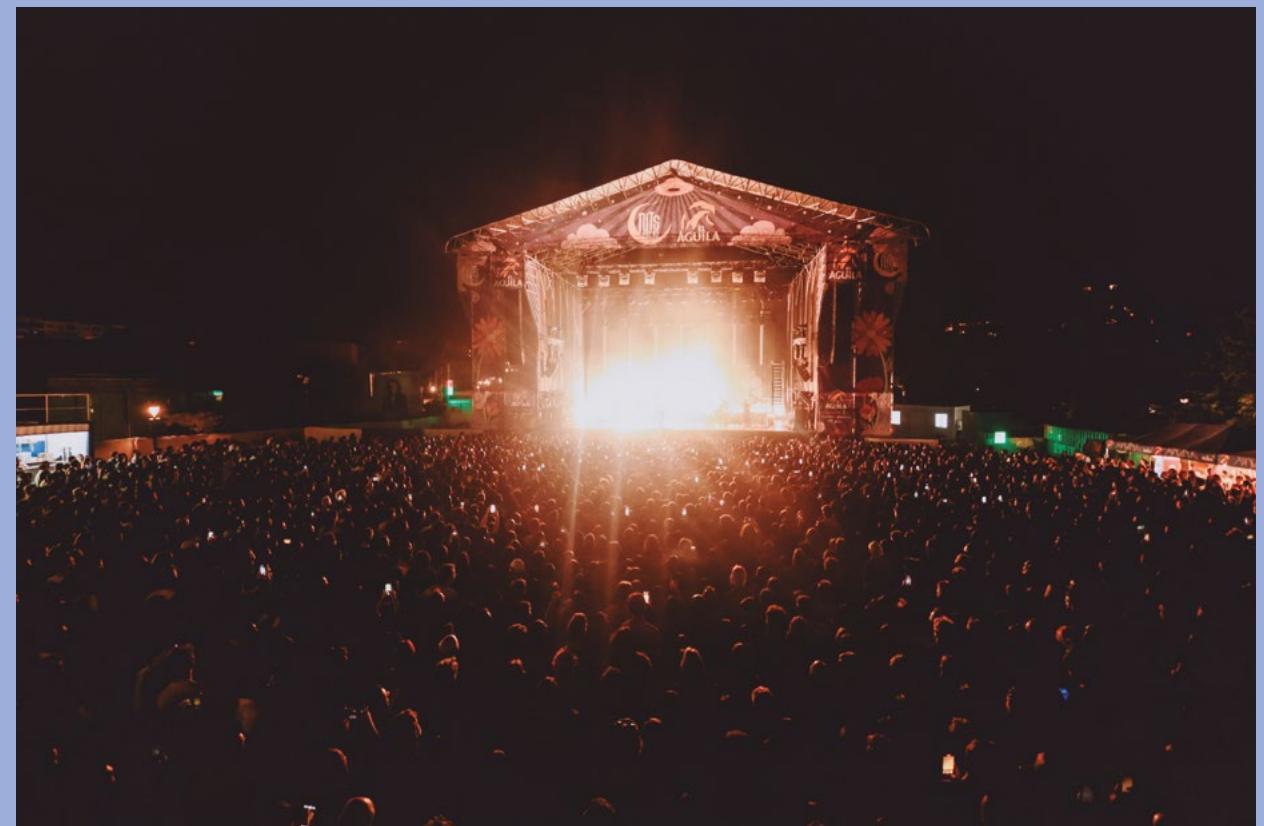
LA FUERZA DEL DIRECTO: UN PRESENTE SÓLIDO, PERO CON DESAFÍOS ESTRATÉGICOS



* María Durán

Directora gerente de la Asociación de Promotores Musicales (APM)

Los datos recogidos en el *Anuario* de APM permiten trazar una fotografía clara del estado actual de la música en directo en España: un sector que, pese a las incertidumbres de los últimos años, continúa demostrando una notable capacidad de crecimiento y adaptación. La evolución de la venta de entradas, el dinamismo de las giras nacionales e internacionales y la diversificación de la oferta cultural reflejan una industria viva, activa y cada vez más valorada por la ciudadanía. La música en vivo no solo mantiene su pulso: se ha reafirmado como una pieza clave en el ecosistema cultural y económico del país, un motor capaz de generar empleo, atraer turismo, activar ciudades y fortalecer la identidad cultural de los territorios.



Nits de Vivers.
Jardines de Viveros. València. 2025.
Foto: Rodrigo Márquez

Este crecimiento sostenido confirma una tendencia que ya veníamos observando en los últimos ejercicios: los conciertos y festivales siguen ocupando un lugar esencial en la vida social y cultural de las personas. La demanda no solo se recuperó tras la pandemia, sino que ha experimentado un aumento significativo, impulsado por un público que busca experiencias culturales auténticas, emocionales y compartidas. El directo sigue siendo insustituible, y esa conexión entre artistas y audiencias ha sido el verdadero motor de la recuperación y consolidación del sector.

Sin embargo, el análisis de los datos, por positivos que sean, también nos invita a reflexionar sobre las tareas aún pendientes para garantizar un desarrollo sólido, sostenible y equilibrado del conjunto de la industria. Hoy más que nunca es necesario mirar más allá de las cifras para identificar los retos estructurales que seguimos arrastrando. Porque crecer es una buena noticia, pero crecer bien es el verdadero desafío.

Uno de los aspectos clave es avanzar hacia una mayor estabilidad regulatoria. El sector se enfrenta a normativas que cambian con frecuencia o que no siempre se adaptan

Hoy más que nunca es necesario mirar más allá de las cifras para identificar los retos estructurales que seguimos arrastrando

a la realidad de la producción musical, lo que genera incertidumbre y dificulta la planificación a medio y largo plazo. La música en directo necesita marcos normativos claros, homogéneos y actualizados, que permitan a los promotores y profesionales trabajar con seguridad jurídica y con unas reglas del juego que impulsen, y no frenen, la actividad.

Otro ámbito fundamental es la sostenibilidad económica y laboral. La industria de la música en vivo implica una cadena de valor muy amplia: promotores, salas, técnicos, proveedores de servicios, profesionales de la comunicación, artistas y un sinfín de perfiles especializados que hacen posible que cada concierto suceda. Garantizar condiciones dignas, estabilidad y reconocimiento para todos estos trabajadores es indispensable si queremos seguir profesionalizando y fortaleciendo nuestro sector. No hablamos solo de una cuestión económica, sino también de atraer y retener talento en un ámbito que exige dedicación, competencia técnica y un alto nivel de especialización.

La transformación tecnológica es otro de los grandes desafíos. Los cambios se aceleran: nuevas formas de promoción, hábitos de consumo digital, herramientas para la gestión de datos, modelos de streaming vinculados al directo, avances en producción técnica o cambios en la comunicación con las audiencias. Toda esta evolución requiere que la industria adopte una actitud flexible, innovadora y abierta a repensar procesos. Quienes trabajamos en la música en vivo debemos estar preparados para integrar

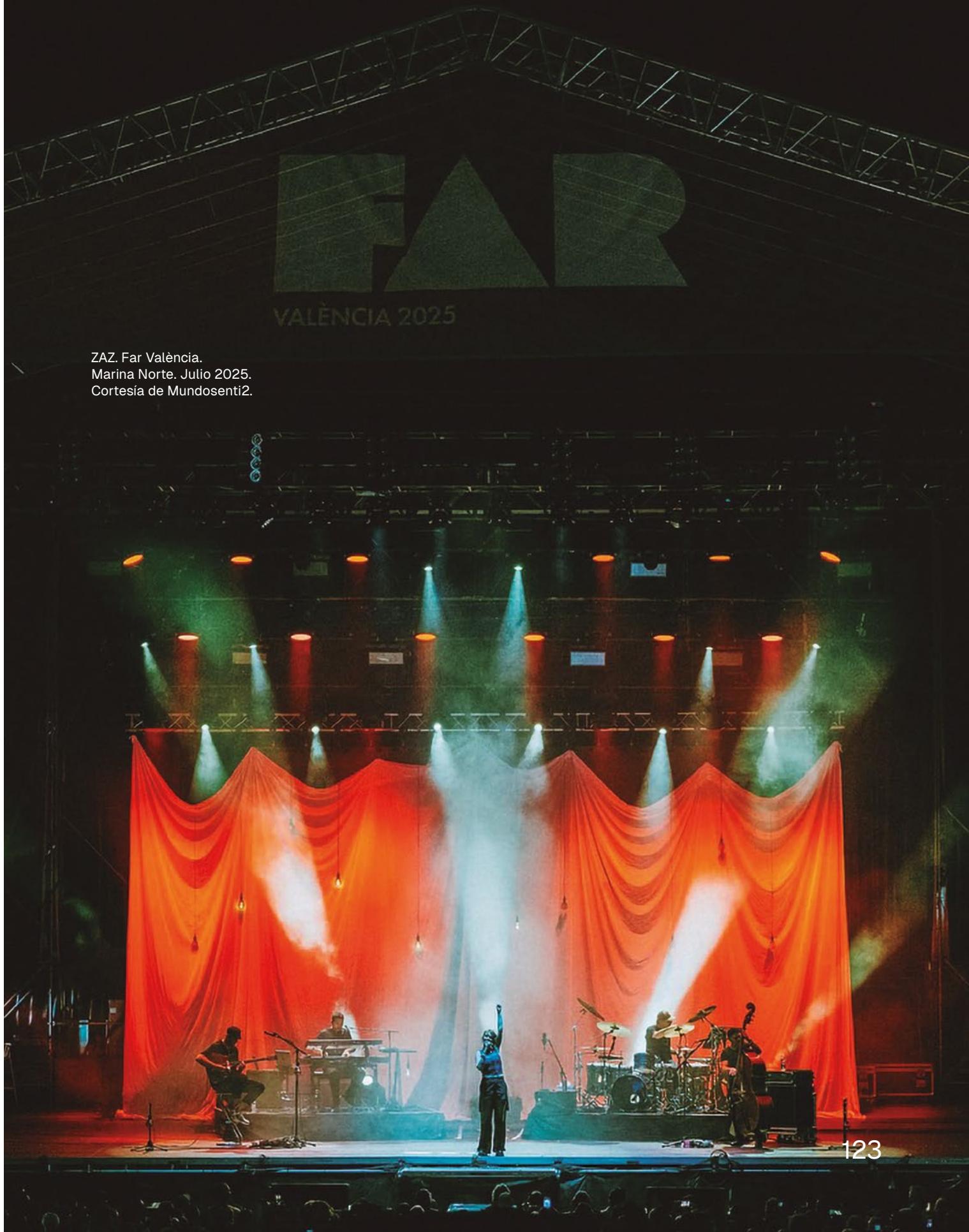
estas herramientas de manera estratégica, entendiendo que la tecnología no sustituye a la experiencia del directo, pero sí puede potenciarla, mejorarla y hacerla más eficiente.

Asimismo, es esencial seguir fortaleciendo la colaboración público-privada. La música en directo genera beneficios culturales y sociales indiscutibles, pero para que pueda desplegar

todo su potencial necesita un diálogo constante con las administraciones públicas. La planificación urbanística, la regulación de aforos, las licencias, las ayudas sectoriales, los programas culturales o la movilidad del público son elementos que requieren coordinación y visión conjunta. La cooperación entre instituciones y sector privado no debe ser esporádica, sino estructural: solo así podremos garantizar un desarrollo equilibrado y una verdadera estrategia de futuro para la industria.

Los datos del *Anuario* reflejan un presente sólido, pero también nos recuerdan que el futuro depende de nuestra capacidad de actuar sobre estos retos. El sector ha demostrado sobradamente su fortaleza, creatividad y resiliencia, pero ese impulso debe ir acompañado de políticas coherentes, marcos adecuados y una apuesta decidida por parte de todos los agentes implicados.

Desde APM reafirmamos nuestro compromiso de seguir trabajando para fortalecer la música en directo en España, defendiendo los intereses del sector, promoviendo su profesionalización y fomentando un entorno que permita a promotores, artistas y profesionales desarrollar su labor con garantías y proyección. Los avances de los últimos años son motivo de orgullo, pero también un recordatorio de que aún queda un camino importante por recorrer. Y lo recorreremos juntos, con la convicción de que la música en vivo es, y debe seguir siendo, una parte esencial de la vida cultural y social de nuestro país. ●



ZAZ. Far València.
Marina Norte. Julio 2025.
Cortesía de Mundosentí2.

LAS SALAS DE CONCIERTOS SON ESENCIALES



★ Isaac Vivero

Presidente de la Asociación Estatal de Salas de Conciertos (ACCES)

Las grandes cifras del sector de la música en directo no paran de crecer y crecer. Cada año se superan los récords del año anterior en facturación, en número de entradas vendidas, en precio medio de las entradas, etc. Los fondos de inversión internacionales no son ajenos a esta situación y se acelera la adquisición de más festivales y empresas vinculadas al sector de los grandes eventos. La burbuja sigue hinchándose cada día y cada vez el control del negocio está en menos manos.

Mientras tanto, las pequeñas salas de conciertos, donde siempre se desarrolló la música de base, son ajenas a esta burbuja. Muchas tienen que encasar un complicado puzzle para cuadrar su cuenta de resultados. Además, se enfrentan a una injustificable alegalidad causada por una caótica y desfavorable multinORMATIVA. Sobrevivir desde la independencia en esta jungla liderada por gigantes se hace cada día más difícil.

Las nuevas generaciones de artistas emergentes ya no sueñan con subir a un escenario a mostrar su arte delante de personas con las que compartir una experiencia. Sueñan con llenar un estadio de linternas de teléfono móvil, sueñan con millones de escuchas en streaming, con millones de seguidores en redes sociales, con millones de euros en su cuenta bancaria.

Vivimos en un mundo de inmediatez, con un constante bombardeo de contrainformación, noticias falsas, y exaltación de lo multitudinario. Todo el rebaño tiene que dirigirse a donde manda el pastor. Somos títeres ávidos de subir una foto a Instagram desde el lugar en el que todo el mundo quiere estar porque es lo que mola.

Pero la música no tiene absolutamente nada que ver con esto. La música nace de la unión entre personas, de la composición y ensayo en grupo, de la carretera y de los pequeños escenarios, de mirar a los ojos a quien canta tu canción a pocos metros de ti mientras tú la tocas. La música es intercambio, es sentimiento, es cercanía, es comunidad.

Los grandes grupos musicales que llenaron estadios en el pasado, y algunos de ellos los siguen llenando hoy, nacieron y

La Perra Blanco. Circuit Viu (Cànter).
Salatal Club. Castellón de la Plana. Septiembre 2025.
Foto: Marcos Baño.



Si dejamos morir el circuito de salas, en los grandes escenarios del futuro no habrá artistas brillantes que consiguieron llegar a las masas gracias a su talento

crecieron en pequeños escenarios, en salas de conciertos. Muchos millones de proyectos musicales nunca llegarán a llenar grandes recintos, ni siquiera grandes salas, pero conforman un circuito que sustenta la base de la industria. Una industria que nada tiene que ver con los productos de consumo masivo nacidos y pensados para eso, sino en la inspiración artística de quien se siente libre para compartir su obra.

Si dejamos morir el circuito independiente, el circuito de salas de conciertos, en los grandes escenarios del futuro no habrá artistas brillantes que consiguieron llegar a las masas gracias a su talento, sino productos enfocados a dirigir al rebaño hacia el matadero.

La verdadera libertad es la que nos hace ser diferentes, independientes. Esa independencia, en el mundo de la música, solo tiene un altavoz: los escenarios de las salas de conciertos. Unos escenarios absolutamente fundamentales e imprescindibles para el desarrollo de la escena musical de base, el auténtico arte creativo no dirigido desde los grandes despachos.

Hace un año escribí un artículo para la revista de BIME. En él hablé de **Mark Davyd**, fundador y CEO de Music Venue Trust, la Asociación de Salas de Conciertos del Reino Unido, al que tuve el inmenso honor de conocer personalmente en el XX

Congreso Estatal de Salas de Conciertos de ACCES, celebrado en Murcia los días 20, 21 y 22 de octubre de este año 2025. En ese artículo cité estas palabras de Mark: «corremos el riesgo de perder la próxima generación de talento porque lo estamos haciendo mal; las salas de conciertos son un tesoro cultural, frágiles laboratorios de talento que hay que proteger y potenciar».

Music Venue Trust ya lo ha conseguido en Reino Unido. Los grandes eventos de más de 5.000 personas pagan 1 libra por cada entrada vendida para fortalecer el circuito de las *grassroot music venues*, las salas de conciertos donde se desarrolla la música de base. ¿Podemos imaginar en España algo similar?

En la presentación del Plan de Derechos Culturales, el ministro de Cultura **Ernest Urtasun** dice textualmente: «Los derechos culturales nos asisten de manera global cuando reclamamos la necesidad y el derecho de crear. Cada vez que visitamos un museo, un cine, una biblioteca, una sala de conciertos o un archivo». Un plan que defiende el carácter esencial y la naturaleza de bien básico de los espacios y equipamientos culturales, derivado del propio reconocimiento de la cultura como bien básico de primera necesidad y bien público mundial. Bonitas palabras, ¿pasamos a la acción? ●

EL IMPACTO DE LA DANZA

CUANDO EL AGUA APAGÓ LA MÚSICA: EL IMPACTO DE LA DANA EN LA ACTIVIDAD Y LA CAPACIDAD PRODUCTIVA DEL SECTOR MUSICAL VALENCIANO

La huella del barro,
Rodrigo Márquez, 2025.



* José Manuel Pastor

Profesor en la Universitat de València e Ivie. Director de la Cátedra de Modelo Económico Sostenible de València

La dana del 29 de octubre de 2024 constituye el episodio climático más devastador de la historia reciente de la Comunitat Valenciana. Las 229 víctimas mortales representan una pérdida irreparable que queda fuera de cualquier intento de valoración económica. Al drama humano se suma un enorme impacto económico, derivado de la afección directa al tejido productivo, a las infraestructuras y a sectores especialmente dependientes de la interacción social, como el cultural y creativo.

Los análisis disponibles coinciden en subrayar el carácter absolutamente excepcional de la catástrofe. Las estimaciones del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) calculan daños en viviendas, infraestructuras públicas y capital empresarial en torno a los 17.000 millones de euros, una cifra que da medida de la gravedad del episodio.

Pero el alcance económico de la catástrofe va más allá de los daños materiales o de la caída puntual de la actividad en 2024: la dana condicionó de forma significativa el crecimiento futuro de la economía valen-

ciana. Esto obliga a gobiernos, empresas y ciudadanos a diseñar con urgencia estrategias de prevención, adaptación y resiliencia frente a unos eventos climáticos extremos cada vez más frecuentes.

En este contexto, el sector de la música, y en particular la música en vivo, también se vio afectado por las inundaciones. Ahora bien, su impacto pasó inicialmente más desapercibido ante la ausencia de una valoración exhaustiva de los daños, al ser percibido de forma predominante como un ámbito cultural y no como una actividad económica. Sin embargo, conviene subrayar que la música es también un sector generador de empleo y de actividad, con efectos de arrastre sobre la hostelería, el comercio, el transporte o el turismo. De hecho, descontando los efectos de la dana, según el informe del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, la música en directo habría generado en 2024 en la Comunitat Valenciana 1.472 millones de euros en ventas y más de 12.625 empleos equivalentes a tiempo completo, situándose entre los principales motores económicos del territorio.

Precisamente por su dependencia de eventos presenciales y de infraestructuras físicas –salas, escenarios y equipamientos técnicos– se trata de un sector especialmente vulnerable ante episodios extremos como las inundaciones. Las primeras estimaciones elaboradas por la Valencian Music Office indican que más de 30 empresas vinculadas a la música en vivo registraron pérdidas directas superiores a los 5 millones de euros. Se trata, además, de una cifra muy conservadora, ya que no incluye los daños sufridos por sociedades musicales, escuelas de música, locales de ensayo ni equipamientos culturales públicos. La destrucción de material técnico altamente especializado ha afectado directamente a la capacidad operativa del sector.

En este sentido, el impacto económico de la dana sobre la música en vivo puede analizarse en dos planos claramente diferenciados. El primero, de carácter coyuntural, se manifiesta en la caída de la actividad

económica derivada de la cancelación de conciertos, festivales y giras, así como del cierre temporal de numerosas salas durante los meses de noviembre y diciembre de 2024. El estudio del Ivie sobre el impacto económico de la música en directo en la Comunitat Valenciana, incluido en este mismo *Anuario*, cuantifica este efecto: la dana ha reducido las ventas y el PIB generado por la música en vivo en 7,1 y 1,85 millones de euros respectivamente y ha impedido la generación de 60 empleos. Estas cifras ilustran con claridad el coste económico de la interrupción forzosa de la actividad.

El segundo plano, de naturaleza estructural y potencialmente mucho más preocupante, está vinculado a la destrucción del *stock* de capital en el sector musical. La pérdida de infraestructuras, equipamientos técnicos, salas y espacios de ensayo, producción y exhibición no sólo explica parte del parón inmediato, sino que condiciona la capacidad productiva futura del sector.

A diferencia del impacto coyuntural en la actividad económica, susceptible de revertirse en un horizonte relativamente corto, la reconstrucción del capital productivo exige tiempo, financiación y, en muchos casos, apoyo institucional, introduciendo el riesgo de una pérdida permanente de tejido empresarial y de empleo.

La dana ha alterado la capacidad estructural del sector, ha evidenciado la fragilidad del sector ante *shocks* extremos y ha constatado la importancia de proteger el capital productivo que lo sustenta.

Pese a ello, el sector musical valenciano, al igual que con la pandemia, ha vuelto a mostrar una notable resiliencia. La recuperación progresiva de la programación, de los festivales y de las salas reflejan la fortaleza de un ecosistema cada vez más profesionalizado y conectado con la economía local. En un contexto de creciente riesgo climático, la experiencia de este episodio debería servir para integrar de forma decidida a la cultura y a la música en las estrategias de resiliencia territorial.

La dana de 2024 nos deja una lección clara: proteger la música no es solo una cuestión cultural, sino una decisión económica estratégica. La reconstrucción de infraestructuras y el apoyo a las empresas afectadas son inversiones necesarias para preservar la capacidad productiva futura de un sector generador de empleo y profundamente arraigado en el territorio. Pero ninguna reflexión económica puede cerrar estas líneas sin un recuerdo expreso a las víctimas de aquel episodio trágico. Cuando el agua apagó la música, también se detuvo parte de la economía valenciana; y en la memoria colectiva queda el compromiso de reconstruir un futuro más resiliente. ●

Quevedo.
Roig Arena. València. Octubre 2025.
Cortesía de Roig Arena.



LA DANA DE 2024 Y EL SECTOR MUSICAL VALENCIANO: VULNERABILIDADES Y PERSPECTIVAS



* Armand Llacer

Director de la Valencian Music Office

La dana que azotó la Comunitat Valenciana el 29 de octubre de 2024 dejó tras de sí un escenario devastador para numerosos sectores económicos. Entre ellos, el sector musical profesional fue uno de los más perjudicados, tanto por los daños directos en infraestructuras como por los efectos indirectos derivados de la paralización de la actividad. Un año después, los informes sectoriales, los datos recopilados por la Federación Valenciana de la Industria Musical (FEVIM) y las medidas adoptadas por las administraciones públicas permiten trazar un retrato más amplio -aunque todavía incompleto- de la magnitud del impacto y de la capacidad de respuesta del ecosistema musical valenciano.

Este artículo analiza cómo afectó la dana a la industria musical, cuáles fueron los principales daños, qué grietas estructurales ha puesto de manifiesto, qué iniciativas se han impulsado para la recuperación (entre las que destaca el proyecto Cànter) y qué retos continúan abiertos para la construcción de un ecosistema creativo y musical fuerte, mejor estructurado y más resiliente.

*Maldita DANA 2024, 2024.
Foto: Gonzalo Obes*



La imposibilidad de contabilizar plenamente los daños: una afectación incompleta y desigual

Uno de los puntos más significativos que reflejan los informes elaborados tras la dana es que el impacto real sobre el sector musical valenciano continúa siendo imposible de cuantificar en su totalidad. El estudio que la Federación Valenciana de la Industria Musical (FEVIM) logró elaborar en las semanas siguientes a la catástrofe recoge información de 39 empresas afectadas, que representan una parte relevante del tejido profesional, pero no incluye a todos los subsectores.

Daños registrados: una fotografía significativa pero parcial

Según el informe actualizado en diciembre de 2024, la cuantificación total de daños superaba ampliamente los 5 millones de euros. Esta cifra se dividía de la siguiente manera:

- Daños en infraestructuras y equipamiento: 3.343.000€
- Daños por cancelación de eventos: 1.828.000€
- Actividades canceladas: 289

Las empresas más afectadas fueron:

- Proveedores técnicos: 2.575.000€ (la cifra más elevada del informe)
- Promotoras: 1.638.000€
- Salas de conciertos: 242.500€
- Estudios de grabación: 254.500€
- Agencias de management (artistas): más de 300.000€

La punta del iceberg

El informe aportaba, además, un listado exhaustivo de las empresas afectadas, pero no incluía una parte sustancial que hasta la fecha no ha sido contabilizada en su globalidad.

En los municipios de la comarca de l'Horta Sud y las zonas más afectadas por la dana se concentra una cantidad muy significativa de salas de ensayo (solo en Massanassa y Xirivella hubo más de 120 locales afectados), tiendas de instrumentos, talle-

res de reparación, almacenes y lugares de autónomos y técnicos *freelance* o proveedores pequeños de los que resulta complicado referenciar adecuadamente el daño. Mención especial merecen los artistas, cuya baja profesionalización, sin estructura administrativa o sin estar dados de alta en autónomos, dificultó la recopilación de datos e impidió posteriormente su participación en convocatorias de subvenciones. Este hecho dejó al descubierto, una vez más, un problema estructural que seguimos arrastrando desde que tenemos memoria.

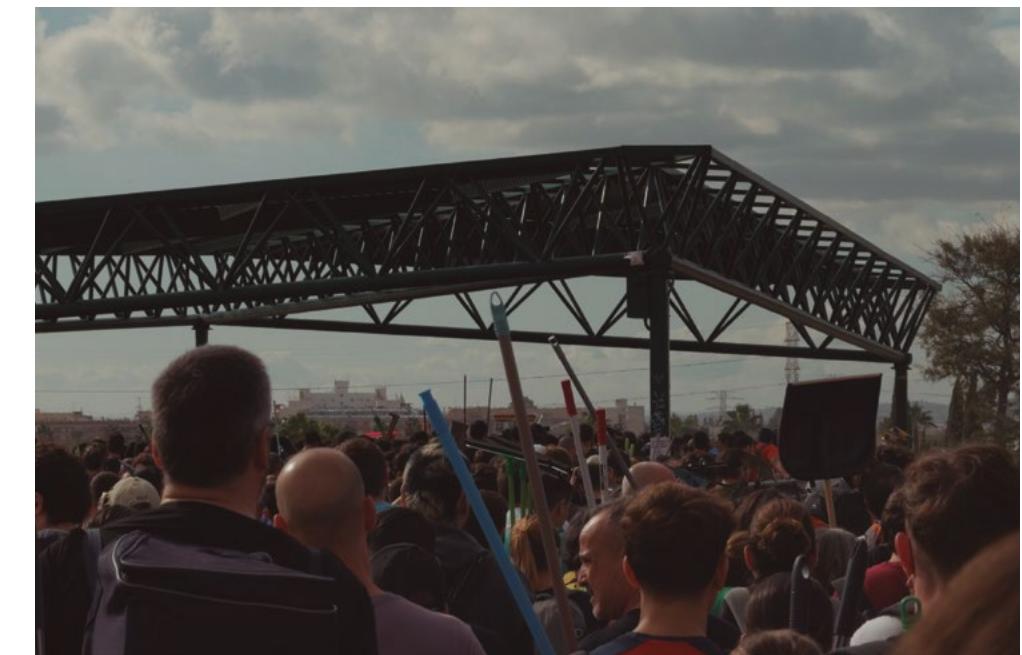
Además, los municipios de la «zona cero» están dotados de infraestructuras culturales de gran relevancia, como sociedades musicales, escuelas de música, auditorios, teatros y centros culturales, cuyo nivel de destrucción fue elevadísimo en la mayoría de los casos. Por poner un ejemplo, la Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana (FSMCV) cifró los daños en más de 2 millones de euros, con 32 sociedades musicales y 30 escuelas de música afectadas. Por otro lado, según la Generalitat Valenciana, los daños en el sector cultural ascendieron a 153,3 millones de euros, de los cuales 37 millones correspondían al cine, el teatro y la música.

Se trata de cifras que no han tenido ni probablemente tendrán nunca una cuantificación concreta, pero que obviamente alcanzarían un recuento muchas veces mayor si el ecosistema cultural y las administraciones públicas tuvieran los recursos necesarios.

Capacidad de adaptación y respuesta colectiva de un sector resiliente

Si bien la dana supuso un golpe duro, el sector musical valenciano mostró una capacidad de respuesta notable a la urgencia de la situación, algo que recuerda lo sucedido durante los meses más críticos de la pandemia del COVID-19. Empresas, colectivos, salas y profesionales se movilizaron con rapidez para compartir información sobre ayudas disponibles, brindar apoyo mutuo en el uso compartido de equipamiento, reprogramar actividades y organizar conciertos y actividades musicales por parte de artistas de renombre, con el respaldo de

La huella del barro,
Rodrigo Márquez, 2025.



promotoras y agencias. Así, contribuyeron solidariamente a la reconstrucción de las zonas afectadas por la dana.

Entre las iniciativas solidarias impulsadas tras las inundaciones, destacan los conciertos benéficos promovidos por grandes artistas como **Bryan Adams, Manolo García y Rozalén**, celebrados en Valencia y Letur (en el caso de Rozalén), que lograron recaudar más de 560.000 euros. Las donaciones fueron canalizadas a través de entidades como Cruz Roja, la Fundació Horta Sud y la Fundación Padre Ángel, con la promotora valenciana Territorio Musical como impulsora principal.

Otra iniciativa relevante fue el proyecto «Som València», un ciclo de conciertos que reunió a casi 480 artistas en 68 eventos celebrados en 52 salas de 32 ciudades, con una recaudación cercana al medio millón de euros. El proyecto fue organizado por Hidden Track Records, Fever y la Sala Apolo de Barcelona, en colaboración con la promotora valenciana Pro21Cultural y la artista **Sandra Monfort**, y contó con la participación de salas valencianas como Loco Club.

También se debe destacar el concierto benéfico protagonizado por **Melendi** en el estadio Ciutat de València que destinó los 330.000 euros de su recaudación a la reconstrucción de nueve escuelas infantiles de la «zona cero» (Horta Sud). Además, brindó apoyo a músicos locales y a empresas de sonido e iluminación afectadas. Todo ello promovido por Territorio Musical. Del mismo modo, el «Concert per la Recuperació», organizado por Pro21Cultural, recaudó más de 53.000 euros en favor de la Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana (FSMCV), entidad que también impulsó el ciclo «Acústics per la dana» en el Centro Cultural La Reina 121 de València. Por su parte, el BIGSOUND Festival contribuyó con donaciones a Cruz Roja al destinar un euro por cada entrada vendida, además de sumar 20.000 euros en colaboración con Share Music. Además, añadió la cifra recaudada en una subasta benéfica con objetos de artistas como **C. Tangana, Ozuna, Daddy Yankee, Ana Mena y Bad Gyal**. En este contexto, **Mikel Izal** ofreció un concierto en Burjassot que recaudó 50.000 euros, y la



Melendi. Concierto benéfico por la dana.
Estadio Ciutat de València. Junio 2025.
Foto: Rubén Salcedo. Cortesía de Territorio Musical.

promotora The Music Republic organizó un gran espectáculo solidario en el WiZink Center de Madrid con la participación de **Amaral, Arde Bogotá, Dani Fernández, David Bisbal, Malú y Sole Giménez**, entre otros.

Por su parte, la Fira Valenciana de la Música Trovam 2024, cuya edición tuvo que posponerse por la dana, donó 70.000 euros de su presupuesto para atender las consecuencias más inmediatas de la riada. Salas como Loco Club, Rock City y La Casa de la Mar acogieron recitales solidarios con una recaudación conjunta superior a los 25.000 euros, mientras que Sena Productions organizó el evento «València canta por València» en el Teatro Olympia y sumó 35.000 euros.

En Alicante, la promotora Baltimore impulsó conciertos en el Baluarte, la venta de abonos solidarios para festivales como Warm Up, Spring y Low Festival, y la cesión de material y personal por un valor superior a los 20.000 euros, canalizados a través de World Central Kitchen.

Más allá de las aportaciones económicas, el sector musical puso a disposición su infraestructura y recursos. Empresas como Sagarmanta y El Mico Producciones cedieron equipos y personal técnico para apoyar a compañías afectadas como Audionet, Acústic Crom y Yapadú, mientras que salas como La Bohemia (Castellón de la Plana) y The One (Alicante) actuaron como puntos de recogida de alimentos y material básico. En conjunto, este movimiento solidario evidenció la capacidad de respuesta y el compromiso del sector musical, con el respaldo de la Valencian Music Office, impulsada por la FEVIM con el apoyo de la Generalitat Valenciana y otras instituciones.

Esta reacción refleja un patrón ya observado en crisis anteriores: el sector musical es resiliente, con una capacidad de reorganización y colaboración interna muy dinámica que compensa, en parte, su fragilidad estructural.

Sin embargo, esta resiliencia suele desplegarse en ausencia de estructuras públicas robustas que contribuyan a fomentarlas o de marcos profesionales consolidados. Ese es otro de los problemas que la dana sacó a la luz.

Las crisis como espejo: fragilidades estructurales de un sector económicamente fuerte pero institucionalmente vulnerable

La dana no solo generó daños materiales: hizo visibles las grietas internas del sector. A pesar del importante peso económico y laboral de la industria musical valenciana, su estructura presenta vulnerabilidades claras.

El ecosistema musical valenciano – promotores, salas, festivales, técnicos, agencias, artistas – tiene un peso significativo en la economía regional. Según los datos recogidos en el estudio de impacto económico del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) – publicados en el *Anuario 2024 de la Música en la Comunitat Valenciana* – solo los festivales, los eventos y los conciertos organizados en la red de salas privadas de la Comunitat generaron un PIB de más de 370 millones de euros, equivalente a más de 12.500 puestos de trabajo. Se trata de unas cifras que igualan al volumen económico del sector textil valenciano. Por tanto, se puede afirmar, sin ningún tipo de duda, que se trata de un sector fuerte que, además, presenta grandes posibilidades de desarrollo.

Sin embargo, continúa siendo una industria frágil y vulnerable que necesita mejorar en muchos aspectos para poder competir en un mundo global cada vez más exigente. En el ecosistema musical valenciano existe una gran disparidad entre empresas medianas/grandes y microempresas. El tejido autónomo, fundamental para el sector, trabaja en condiciones de preca-

riedad e inestabilidad administrativa muy elevadas. Muchas iniciativas profesionales no cuentan con estructuras formales suficientes para gestionar crisis. Las convocatorias de ayudas e incentivos para mejorar la competitividad no están a la altura de lo que producen estas empresas y no siempre se ajustan a la realidad del sector. La burocracia sigue siendo un muro difícil de superar.

Cànter: un proyecto estratégico para la reconstrucción

Uno de los hitos más importantes en la recuperación del sector musical fue el lanzamiento del proyecto Cànter, impulsado por la Federación Valenciana de la Industria Musical (FEVIM) a través de la Valencian Music Office y con el apoyo del departamento de Industrias Culturales del Ministerio de Cultura. Se trata de una iniciativa enmarcada en un contexto de ayudas a los diferentes subsectores culturales – artes escénicas, artes visuales, sector del libro, audiovisual – impulsada por el Ministerio de Cultura con medidas específicas. Cànter se integra así en una estrategia amplia de apoyo a las industrias culturales que, desde los diferentes sectores, fue muy bien recibido pues se contaba con los colectivos estratégicos que conocen el día a día de los profesionales del sector. De esta forma, las ayudas podían atender sus necesidades concretas.

Con todo, Cànter se ha convertido en un proyecto central para la reactivación del sector tras la dana. Sus líneas estratégicas han abordado a lo largo de 2025 varios frentes simultáneamente:

- **Conciertos en la «zona cero».** El ciclo «Música en la Zona Cero» ha llevado conciertos gratuitos a municipios especialmente afectados por la riada: Catarroja, Aldaia, Chiva, Paiporta y Algemesí. Con esta iniciativa se pretendía contribuir a recuperar la actividad cultural en los municipios afectados, dinamizar la programación local, reintegrar a artistas damnificados y proporcionar trabajo a empresas técnicas afectadas. Intérpretes como



La huella del barro,
Rodrigo Márquez, 2025.

La fortaleza del sector musical no solo depende del talento, sino también de su cohesión interna y de su capacidad para actuar como gremio profesional

Miquel Gil, Martina Sabariego, Sujeto K, Novembre Electric o Niuss, así como empresas como Acústic Crom o Audionet, se vieron beneficiados por este proyecto.

- **Integración de artistas afectados en circuitos profesionales.** Cànter ha impulsado que solistas y grupos afectados por las inundaciones pudieran formar parte de circuitos ya consolidados, en programaciones anuales de salas («Circuit Viu») y de festivales valencianos («Música en Red»). Se trata de una actividad que contribuyó a garantizar la continuidad profesional de unos 40 artistas damnificados por la dana.
- **Asesoramiento y acompañamiento administrativo.** El Centro de Gestión de Ayudas del proyecto Cànter ha tenido un impacto económico directo estimado de 187.400 € sobre el conjunto de profesionales y empresas del sector musical valenciano afectados por la dana del 29 de octubre de 2024. El centro ha prestado asesoramiento personalizado a 52 usuarios, de los cuales 40 han sido profesionales individuales (músicos, técnicos, gestores o autónomos), y 12 han sido empresas o entidades del sector musical (productoras, promotoras, asociaciones culturales y salas). Este proyecto ha permitido fortalecer las capacidades de gestión del sector musical valenciano, generar una cultura administrati-

va más profesionalizada, y ha demostrado ser una herramienta clave para la resiliencia cultural post-dana.

- **Plataforma Huming.** El proyecto Cànter también contribuyó a impulsar esta plataforma de asistencia para la promoción y visibilidad de grupos valencianos, de la que han hecho uso 20 grupos. Se diseñó una funcionalidad de *Match* para ayudar a los músicos a conseguir conciertos.

Desde la Valencian Music Office podemos afirmar que Cànter ha consolidado su papel como programa estructural de reactivación del sector musical tras la dana. De esta manera, ha conseguido reintegrar a artistas y empresas en los circuitos culturales y ha reforzado la coordinación con ayuntamientos, festivales y salas.

Hacia una cultura de sector: unir, profesionalizar y visibilizar el potencial colectivo

La dana evidenció que la fortaleza del sector musical no solo depende del talento o de la actividad artística, sino también de su cohesión interna y de su capacidad para actuar como gremio profesional. Para mejorar su capacidad de interlocución con las administraciones y su impacto social, es fundamental que la industria continúe fortaleciendo sus estructuras asociativas; mantenga una relación fluida entre subsectores; defina prioridades compartidas; y siga dando visibilidad a su impacto económico, laboral y cultural.

La FEVIM, integrada por asociaciones como VAM!, MusicaProCV, En Viu! o PROMFEST, ya ha dado pasos en esa dirección, pero aún hay margen para integrar a más agentes: locales de ensayo, técnicos de sonido, estudios de grabación, etc.

La dana ha mostrado que si uno de estos bloques se rompe, el sistema completo se resiente. La recuperación actual pasa por reforzar la cooperación transversal. ●

INDUSTRIA MUSICAL VALENCIANA: IDENTIDAD, EMPLEO Y RECONSTRUCCIÓN



* Carmen Páez

Subsecretaria de Cultura
del Gobierno de España

Este último año, la música valenciana ha demostrado de nuevo su capacidad de resistencia y de renovación. En un contexto marcado por la devastación generada por la dana, el sector musical ha protagonizado una extraordinaria historia de solidaridad, reconstrucción y renacimiento que merece ser reconocida y celebrada en este *Anuario*.

Los datos del *Anuario 2024 de la Música en la Comunitat Valenciana* revelaban un sector en pleno crecimiento antes de la catástrofe. La Comunitat Valenciana contaba con 2.119 empresas musicales, generaba más de 10.000 empleos directos y contribuía con 500 millones de euros al PIB valenciano.

La solidaridad demostrada, la movilización de recursos públicos y privados y la visión estratégica para el futuro confirman que la música valenciana saldrá fortalecida de la dana

El impacto de la dana en el sector musical valenciano ha sido insólito y sus efectos serán duraderos. Así, la destrucción de equipos de sonido y otras infraestructuras afectaron gravemente a la logística de los eventos en vivo. Las pérdidas materiales superaron los 5 millones de euros y se cancelaron cerca de 300 eventos musicales.

Desde el Ministerio de Cultura teníamos la certeza de que la reconstrucción debía colocar la cultura en el centro. Esta premisa ha guiado todas nuestras actuaciones en el marco del Plan de Reconstrucción de la Cultura Valenciana. Junto a otras medidas a medio y largo plazo, destacan iniciativas como la convocatoria extraordinaria de ayudas para las entidades afectadas del ámbito de las artes escénicas y de la música; la incorporación de criterios de valoración específicos sobre la dana en las convocatorias generales de todo el Ministerio; o las ayudas directas a entidades como la Associació Valenciana de Professionals de la Cultura y la Federación Valenciana de la Industria Musical (FEVIM) para el asesoramiento y realización de actividades de dinamización y recuperación de la industria musical en la región.

Con estas iniciativas nos centramos en actuar en la «zona cero» para promover conciertos, actividades en salas privadas y movilizar a grupos damnificados en circuitos nacionales. Igualmente, buscamos una mejor coordinación para la gestión de ayudas, asegurando que benefician directamente a los afectados.

El proyecto Cànter, impulsado por la FEVIM con apoyo del Ministerio, representa el modelo innovador de recuperación resiliente que procuramos incentivar. Sus cuatro líneas de actuación -conciertos en la «zona cero», integración en el «Circuit Viu», programas de internacionalización y formación especializada- buscan tanto paliar los efectos inmediatos como fortalecer el tejido musical valenciano. También conviene subrayar la ejemplar respuesta del sector musical valenciano con iniciativas como «Som València», cuyos conciertos solidarios recaudaron millones de euros destinados íntegramente a la reconstrucción.

La dana puso a prueba la resistencia de nuestro sector musical, pero también ha revelado su capacidad extraordinaria para transformar la adversidad en oportunidad. La solidaridad demostrada, la movilización de recursos públicos y privados y la visión estratégica para el futuro confirman que la música valenciana no solo se recuperará, sino que saldrá fortalecida de esta experiencia.

La música se configura como un motor cultural, social y económico de primer orden, y el País Valenciano se sitúa como una de las regiones europeas con mayor porcentaje de la población capaz de leer una partitura.

En el ámbito nacional, la música en directo se afianza como una de las industrias culturales más pujantes, con una facturación superior a 725 millones de euros -de venta de entradas- y más de 5 millones de asistentes. Las tendencias emergentes



La huella del barro,
Rodrigo Márquez, 2025.

apuntan hacia una mayor sofisticación tecnológica, digitalización del *ticketing* y experiencias más inmersivas, áreas en las que la Comunitat Valenciana puede posicionarse como referente.

Esta nueva edición del *Anuario* consolida la existencia de una fuente de análisis objetivo que permite cuantificar los impactos de la música en vivo (ingresos, empleo, impactos indirectos, etc.) y tomar el pulso a un sector tan heterogéneo, detectando tendencias, desafíos y oportunidades. Desde las instituciones públicas, resulta esencial que se elaboren bases de datos con continuidad en el tiempo que permitan a nuestros artistas conocer mejor el mercado en el que se mueven, a las empresas reaccionar de modo más eficaz a las nuevas tendencias y a las administraciones articular mejor las políticas públicas de apoyo al sector para que redunden hacia un mayor beneficio colectivo, simbólico y material.

En definitiva, desde el Ministerio de Cultura reafirmamos nuestro compromiso inquebrantable con este *Anuario* y, sobre todo, con la cultura y la música valenciana. Sabemos que la música no solo conforma una identidad colectiva, sino que también tiene un poder único para sanar, unir y construir futuro. Confiamos en seguir siendo testigos y cómplices de este renacimiento sonoro que nunca podrá ser silenciado. ●



LA DANA Y EL ECOSISTEMA MUSICAL VALENCIANO: UN DIAGNÓSTICO PARA LA REACTIVACIÓN

★ Rafa Jordan

Secretario de la Asociación de Promotores Musicales
de la Comunitat Valenciana (MusicaProCV)



El regreso de la actividad musical al territorio afectado por la dana ha sido gradual y desigual. En este contexto, las ayudas del Gobierno central y de la Generalitat Valenciana han tenido diversos efectos.

En primer lugar, se ha elaborado un directorio de agentes afectados. Ese mapa ha mostrado la enorme diversidad del sector musical: empresas de equipamiento; locales de ensayo; estudios de grabación; salas de conciertos; empresas de *management*; artistas; equipamientos públicos; auditorios; casas de cultura, etc.

Asimismo, se ha constatado la cantidad de proyectos y personas que no siguen un patrón «profesional» y que se han quedado fuera de los incentivos. Es el caso de bandas sin perfil jurídico definido; músicos autónomos no encuadrados en epígrafes de la Seguridad Social / CNAE / IAE; estudios de grabación no catalogados; empresas de contratación sin local ni vehículos adscritos; o asociaciones musicales con proyectos emergentes de alto valor.

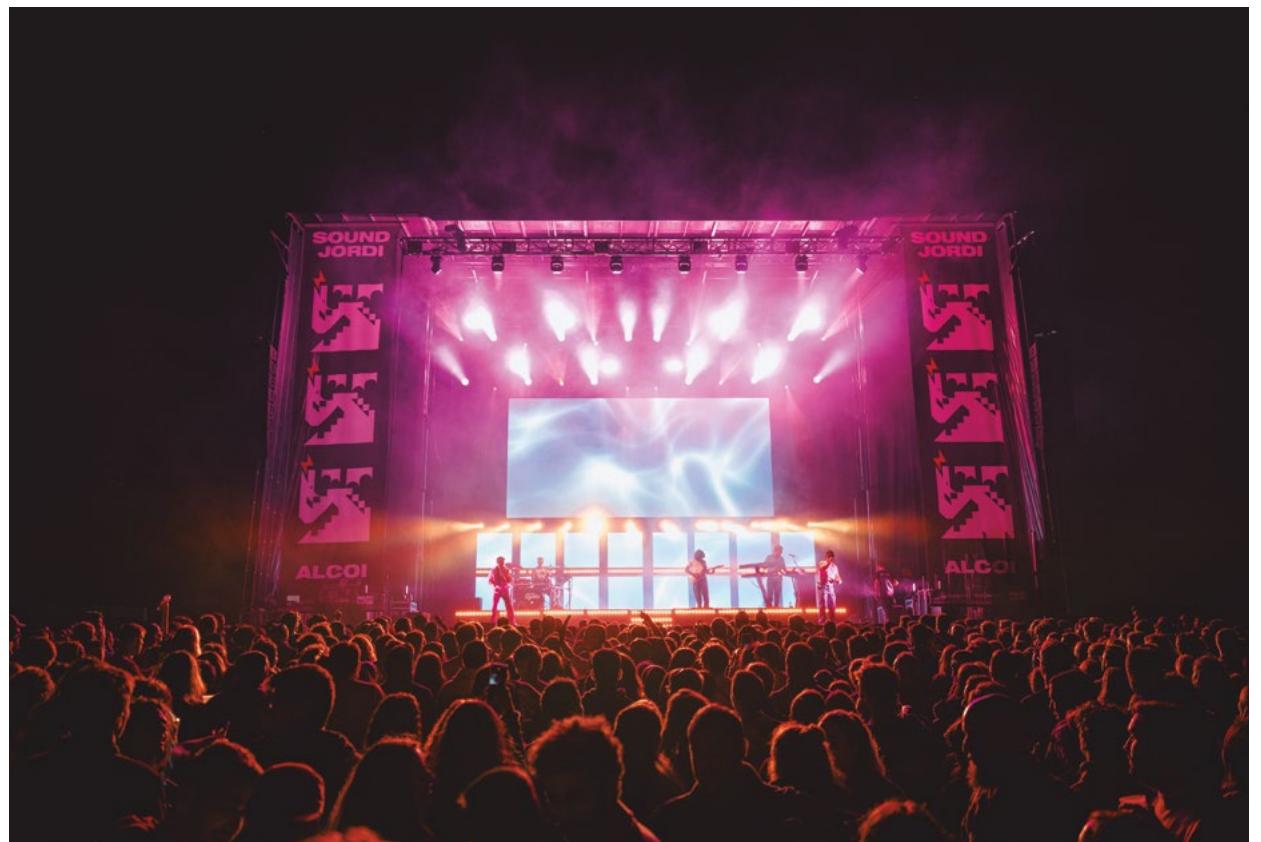
En resumen: los esfuerzos de las administraciones han sido importantes, pero insuficientes dado el alcance de la tragedia y sus secuelas. Además, el punto de partida antes del 29-O ya era frágil: falta de presupuesto, escasa inversión y ausencia de un plan estratégico musical. Así, se carecía de objetivos y acciones claras que posicionaran a la industria valenciana en el polo de la innovación, la productividad y el retorno social. Hemos perdido peso estratégico frente a otras regiones del Estado, donde planifican sus políticas públicas de manera más eficiente. Desgraciadamente, la dana nos relegará aún más posiciones.

Por eso es imperativo actuar. Debemos tomar medidas para encauzar la situación y reactivar el ecosistema musical valenciano. ●

Hemos perdido peso estratégico frente a otras regiones del Estado, donde planifican sus políticas públicas de manera más eficiente

Festival Sound Jordi.
Alcoi. Octubre 2025.

Foto: Tono Burguete. Cortesía de Pro21 Cultural.





Louise J. Sansom



● LOUISE J. SANSOM

Directora de Hidden Track Records
e impulsora de «Som València»

La cultura no solo sostiene, también reconstruye

A muchas personas la dana les cambió la vida en cuestión de horas. El sector musical, ya frágil de por sí, sufrió una sacudida de la cual sigue sin poder reconstruirse. Organizar el «Som València» fue una forma de no quedarnos quietas, de cuidar y cuidarnos desde lo que sabemos hacer: generar comunidad a través de la música.

Este ciclo de conciertos nació como un gesto solidario, pero también como una declaración: la cultura importa. No solo entretiene, también sostiene. En momentos de crisis, la música se convierte en punto de encuentro, en consuelo, en resistencia y en esperanza. Un evento que se pensó un jueves y que 4 días después ya publicaba la venta de entradas de casi 70 conciertos con más de 480 artistas, 200 colaboradoras, 57 salas y 32 ciudades. Colaboramos con artistas del País Valencià como Lluís Campos (COURÉ) en el diseño; **Tristan Smag** (web); y **Sandra Monfort**, quien nos ayudó a encontrar (y a descubrir) la Fundació Horta Sud, responsables de distribuir el casi medio millón de euros fruto de la empatía del sector.

Pero no podemos seguir dependiendo sólo de la militancia cultural. Necesitamos estructuras que protejan al sector frente a este tipo de emergencias. La precariedad no puede ser la norma. La cultura no falla. La cultura sostiene, acompaña y reconstruye. Ahora necesitamos que las políticas públicas también lo hagan. ●

Wau y los Arrrghs. Circuit Viu (Cànter).
Sala Stereo. Alicante. Noviembre 2025.
Foto: Clàudia Marconell.

MÁS RUIDO QUE NOTAS

* José Ayelo

Presidente de Gestió Cultural, Asociación
Valenciana de Profesionales de la Cultura



Poco sabemos sobre muchos de los anuncios realizados por las instituciones valencianas relacionados con la programación y la promoción de la música autóctona

Nadie podrá negar que el periodo que abarca este *Anuario* ha sido especialmente atípico para el paisaje musical de nuestra Comunitat. Mucho más de lo que ya era.

De sobra son sabidos los retos a los que se enfrentan nuestros músicos, nuestras empresas y nuestras instituciones para fortalecer la música valenciana. Pero esos problemas se deben afrontar con planes serios y no con anuncios y titulares que, la verdad sea dicha, ya cansan.

La dana lo condicionó todo y obligó a centrar las energías en la recuperación de los municipios afectados. Sin embargo, echamos en falta mayor predisposición al diálogo con la industria cultural valenciana. El tiempo pasa y poco sabemos sobre muchos de los anuncios realizados por las instituciones valencianas relacionados con la programación y la promoción de la música autóctona. Salvo, eso sí, el recorte presupuestario a convocatorias y ferias como sucedió con la pasada edición del Trovam.

En julio de 2024, **Carlos Mazón**, expresidente de la Generalitat Valenciana, anunció la creación de la Dirección General de la Industria Musical Valenciana que dependería de él mismo. Lo hizo, precisamente, durante la presentación de la pasada edición del *Anua-*

rio. Poco o nada se ha sabido desde entonces. Tampoco hay novedades sobre el plan conjunto del Institut Valencià de Cultura y la Diputación de Valencia para que nuestra música «diera el salto a otros países».

Más detalles tenemos del proyecto *València Music City*. Este se articula en torno a cinco lugares comunes: profesionalización; impulso de la música en vivo; acceso a la educación; destino turístico musical; y gobernanza y ventanilla única. El título de la sinfonía no suena mal, los movimientos tampoco, pero la partitura sigue oculta. Esto nos impide tener un conocimiento real de la estrategia musical del Ayuntamiento de València.

En cambio, no existen planes para acercar la música valenciana a la vida de

los habitantes del resto de la Comunitat: ni en las otras dos capitales de provincia, ni en las comarcas, ni en municipios medianos y pequeños. O, al menos, la profesión no conoce esas estrategias. No sabemos qué se ha pretendido con el desmantelamiento del Circuit Cultural Valencià. Además, se ha impedido la participación de los representantes de las localidades en su gestión, una práctica que era habitual desde hace más de tres décadas. Así, se ha obviado el deber de gobernanza que tienen las instituciones.

Si se rompe la complicidad con los gestores de la programación habitual y constante de la música valenciana en toda la Comunitat, seguiremos fallando en lo esencial. ●

La huella del barro,
Rodrigo Márquez, 2025.



LA PROTECCIÓN DE LA CULTURA FRENTE A LAS CATÁSTROFES: UN RETO PENDIENTE

* Ana Noguera

Miembro del Consell Valencianà
de Cultura (CVC)



La dana del 29 de octubre nos obliga a reconsiderar el futuro. Las inundaciones no sólo han afectado al trabajo cultural. También han dañado instalaciones, espacios creativos, salas y locales. Además, se han perdido instrumentos, documentos y archivos.

Las ayudas institucionales son imprescindibles. Sin embargo, el apoyo económico no basta y son necesarias otras medidas como:

Las redes profesionales y asociativas son imprescindibles para la coordinación de todas las demandas y necesidades

- Coordinación entre administraciones.
- Creación de un protocolo de actuación cultural ante catástrofes naturales.
- Inclusión del sector cultural en planes de protección civil.
- Ayudas rápidas para recuperar espacios y materiales.
- Creación de infraestructuras colectivas para almacenaje preventivo.

En este contexto las redes profesionales y asociativas son imprescindibles para la coordinación de todas las demandas y necesidades.

A todo esto, se suman numerosos problemas crónicos que arrastra el sector: la falta de reconocimiento político y social de la Cultura; la percepción de «gratuidad» de los espectáculos; la inestabilidad laboral; los vertiginosos cambios producidos por la tecnología; el impacto de las plataformas de streaming. Todo ello genera una vulnerabilidad permanente.

Pero, más allá de las cifras, está el enorme impacto emocional que han sufrido los artistas y profesionales de la Cultura. No olvidemos nunca que, en los momentos más difíciles -como la pandemia-, la Cultura fue el aire que respiramos. Y seguirá siéndolo. ●



La huella del barro,
Rodrigo Márquez, 2025.



La huella del barro,
Rodrigo Márquez, 2025.

Toni Mascarell



● TOÑI MASCARELL

Gerente de Acústic Crom

El impacto silencioso: cuando la dana superó a la crisis de la COVID-19

En el sector de la industria musical valenciana, caracterizado por nuestra base de autónomos y microempresas, siempre hemos demostrado resistencia. Sin embargo, como gerente de Acústic Crom (Riba-roja de Túria), puedo asegurar que la dana ha sido un golpe «peor que el COVID-19». Mi padre fundó la empresa en 1988, hemos vivido varias crisis, pero esta afectación superó todo lo anterior.

El impacto fue doblemente devastador: primero, por la pérdida repentina de nuestro equipamiento esencial y vehículos. En segundo lugar, por la sensación de abandono en el polígono industrial, donde la limpieza y la organización tardaron en llegar. Pasamos tres meses limpiando solo barro y separando lo inservible.

La temporada 2025 quedó totalmente perdida porque no podíamos garantizar material a los clientes. Aunque el adelanto del Consorcio de Seguros y los apoyos puntuales de la Generalitat (como la ayuda del IVC) y el Estado nos permitieron pagar sueldos, la recuperación es una cuesta arriba. A septiembre de 2025, hemos facturado un 30% menos, mientras que los gastos y la inversión se han disparado.

Esta situación subraya la extrema vulnerabilidad de nuestro tejido cultural ante desastres. Necesitamos que se acelere el cobro total de los seguros y que existan coberturas específicas que entiendan y respalden los largos plazos de reposición de equipos técnicos. Mitigar este daño es crucial, no solo por la supervivencia económica, sino por el fuerte «palo psicológico» que implica ver perder el trabajo de toda una vida. ●

● LORENZO MELERO

Gerente del Loco Club (València)

La música en suspenso: las salas de música tras la dana

La dana impactó de forma transversal en la población: incluso quienes no sufrieron daños directos vieron alteradas sus rutinas, limitados sus desplazamientos y condicionadas sus opciones de ocio.

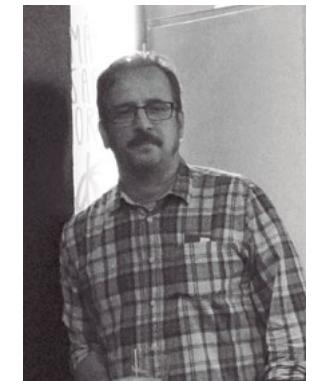
De la misma manera, la música en directo, que cumple un papel esencial como espacio de encuentro y desahogo colectivo, quedó en suspensión. Esto acen-tuó la sensación de incertidumbre y fragilidad social. Entre el 30 de octubre y el 14 de noviembre nos vimos obligados a suspender toda la programación. Sólo se pudo celebrar un único concierto. Esto provocó las consiguientes pérdidas económicas y logísticas.

Las salas de música en directo trabajamos con márgenes muy reducidos, con plantillas pequeñas y una dependencia casi absoluta de la taquilla y la programación estable. La interrupción repentina de la actividad genera un efecto dominó: artistas que no actúan, técnicos sin trabajo, público que pierde la confianza en la continuidad de la oferta cultural y proveedores que también se ven afectados.

La dana nos recordó que, sin un apoyo decidido y políticas que garanticen la resiliencia del sector, la música en directo seguirá siendo extremadamente vulnerable frente a crisis externas que amenazan su crecimiento y estabilidad. ●

La interrupción repentina de la actividad genera un efecto dominó en artistas, técnicos y público

Stone Foundation.
Loco Club. València. Septiembre 2024.
Foto: Sergio Lacedonia.



Lorenzo Melero



Francisco Blanco "Latino"

En Sedajazz sufrimos pérdidas muy dolorosas, pero, al mismo tiempo, sentimos una ola de solidaridad impresionante



Jove Big Band Sedajazz.
La Rambeta, València. Diciembre 2025.
Cortesía de Sedajazz.

● FRANCISCO BLANCO «LATINO»

Director de Sedajazz

El jazz que renace de la lluvia y la solidaridad

La dana nos ha golpeado con fuerza, pero también nos ha hecho más conscientes de cuánto nos necesitamos unos a otros. En Sedajazz sufrimos pérdidas muy dolorosas: instrumentos, partituras de gran valor y conciertos que no pudimos realizar. Pero, al mismo tiempo, sentimos una ola de solidaridad impresionante. Amigos, particulares e incluso empresas nos ofrecieron su ayuda. La Sociedad Musical La Unió de Tres Forques nos brindó un espacio para impartir las clases durante la reconstrucción de nuestra sede. Fue un ejemplo emocionante de esa hermandad.

Nuestro colectivo sigue siendo muy vulnerable. Hay músicos y alumnos que pueden recuperarse, pero otros no. El jazz, que ya es una música minoritaria y no vive del streaming, depende del directo y de los espacios donde podemos crear y ensayar. Cuando eso falla, también fallan los ingresos y las oportunidades de crecer.

Aun así, hemos comprobado que la ayuda que das vuelve, de una forma u otra. La sensibilidad es lo que nos conecta como personas. Y la música es, sin duda, una de las mejores maneras de potenciar esa sensibilidad y hacer del mundo un lugar un poco más humano y solidario. ●

EL IMPACTO DE LA DANA EN LA INDUSTRIA MUSICAL VALENCIANA

* Juan Diego Sanchis

Gerente de El Mico Entertainment



Después de sacar el barro, estamos de nuevo preparados para hacer lo que mejor sabemos: ayudar a la gente a ser más feliz

La Perra Blanco. Circuit Viu (Cànter). Salatal Club. Castellón de la Plana. Septiembre 2025. Foto: Clàudia Marconell.



Después de un año de la tragedia vivida en nuestros pueblos, han sido muchas las consecuencias sociales, económicas, políticas y, también, culturales.

Justo después de la «riuà», fueron muchos los conciertos y las actuaciones de teatro que se cancelaron, y otros que se pospusieron, todo ello inmerso en un clima de pesimismo, derrota, angustia, rabia, frustración y tristeza. Era normal y muy comprensible: por un lado, por una cuestión básica de infraestructuras destruidas y, por otro, como muestra de respeto y duelo por todo aquel dolor que vivimos.

Más que del impacto que tuvo la dana en la industria musical valenciana, hablaría del impacto que ha tenido la industria musical sobre la dana. Creo que tenemos el privilegio de trabajar en un sector que, precisamente, cumple una función terapéutica y regeneradora. En aquellos días vimos cómo centenares de músicos y empresas del sector lo habían perdido todo, o casi todo. Pero también se ha demostrado, en primer lugar, la capacidad de trabajo y la solidaridad y, además, cómo hemos sido capaces de levantar la cabeza entre lágrimas, de sacar el barro de casa con la ayuda de compañeros del sector que no habían sido afectados, amigos, familiares e, incluso, personas que no conocíamos. El único objetivo era volver a ver al público vibrar.

Después de sacar todo aquel barro, estamos de nuevo preparados para hacer lo que mejor sabemos: ayudar a la gente a ser más feliz.

El futuro de la industria, será. ●

● SONIA DURÁN

Gerente de la Unión Fonográfica
Independiente (UFI)

Sostenibilidad y adaptación tras la dana

La dana nos recordó con crudeza que la música, aunque poderosa y transformadora, es muy vulnerable frente a los fenómenos climáticos extremos. Los conciertos cancelados y los festivales afectados no solo supusieron un golpe económico, sino que también fueron un espejo de nuestra fragilidad como sector.

Pero si algo distingue a la industria musical es que tiene una gran capacidad de resiliencia y creatividad. De esta manera, siempre logramos encontrar una oportunidad cuando una crisis se acerca. Igual que reinventamos formatos durante la pandemia, hoy tenemos el reto de imaginar un ecosistema cultural preparado para convivir con la incertidumbre climática. Eso implica pensar en infraestructuras más sostenibles, en planes de contingencia que protejan tanto a profesionales como a públicos, y en un modelo que sitúe la sostenibilidad en el centro.

La música valenciana tiene una energía única y un tejido creativo envidiable. Convertir la experiencia de la dana en un motor de innovación y adaptación puede hacer que el sector no solo resista, sino que se convierta en referente. Porque la música nunca se detiene. Al contrario, siempre encuentra la manera de hacer sonar algo bonito incluso después de la tormenta. ●

Tenemos el reto de imaginar un ecosistema cultural preparado para convivir con la incertidumbre climática

Depedro. Concerts de la Pèrgola.
La Marina, València. Noviembre 2025.
Foto: Laura Vilari.



Sonia Durán



Juanjo Talaván



BIGSOUND Festival.
Ciudad de las Artes y las Ciencias. València. Junio 2025.
Foto: David Rota.

● JUANJO TALAVÁN

CEO y cofundador del BIGSOUND Festival

El impacto de la dana en el sector musical valenciano

La dana marcó un antes y un después en el sector musical valenciano. Desde el grupo BIGSOUND nos vimos obligados a cancelar tres festivales ese fin de semana, enfrentándonos a una evidente falta de seguridad jurídica que amparase estas decisiones. Pese a la presión social y mediática, tuvimos que esperar los plazos legales marcados por las aseguradoras, lo que complicó la comunicación con el público y afectó a la imagen del sector. Las negociaciones de cancelación resultaron arduas, teniendo que justificar la imposibilidad material de los montajes ante circunstancias meteorológicas extremas.

El impacto en el ecosistema empresarial fue igualmente severo: las compañías valencianas de producción, maquinaria y hostelería sufrieron pérdidas totales de material valoradas en millones de euros, y el capital humano quedó temporalmente desestructurado. Muchos profesionales se vieron afectados directa o indirectamente por la catástrofe. Por todo ello, se puso en evidencia la necesidad urgente de mecanismos de protección y respuesta coordinada para el sector cultural ante emergencias de esta magnitud.

Aquella tormenta no solo dejó daños materiales: también mostró la vulnerabilidad de un sector que, pese a todo, sigue levantándose con la fuerza y la pasión que caracteriza a la música valenciana. ●

El proceso de reconstrucción nos ha recordado el enorme valor que tienen nuestras sociedades musicales en la identidad, la cohesión y la esperanza.

● DANIELA GONZÁLEZ

Presidenta de la Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana (FSMCV)

La reconstrucción musical tras la dana: resiliencia y compromiso colectivo

El paso de la dana en octubre de 2024 golpeó con dureza a nuestro colectivo. Veintitrés sociedades musicales y treinta escuelas de música sufrieron daños, con pérdidas que superaron los cinco millones de euros. Fueron días muy duros: instrumentos inutilizados, archivos irreemplazables cubiertos de barro y locales que para muchos eran auténticos hogares, arrasados.

Ante ese escenario, la FSMCV reaccionó de inmediato. Pusimos en marcha una red de apoyo sin precedentes para coordinar donaciones, campañas solidarias y la entrega de material para que las bandas pudieran volver a ensayar cuanto antes. Pero lo más importante fue comprobar la ola de solidaridad que surgió en todo el territorio: músicos, instituciones, empresas y ciudadanos unidos por una misma causa.

Hoy la música ha vuelto a sonar en muchos de los pueblos afectados. El camino no ha sido fácil, pero este proceso de reconstrucción nos ha recordado el enorme valor que tienen nuestras sociedades musicales: son un pilar de identidad, cohesión y esperanza.

Sin embargo, de aquella angustia aún queda un poso de incertidumbre para las agrupaciones más afectadas. Hay sociedades musicales que perdieron su sede y no saben cuándo la recuperarán y hay escuelas que se mantienen en espacios provisionales. Queda un largo camino para volver a la situación anterior a aquel fatídico día, pero este año nos ha dejado una enseñanza clara: juntos lograremos que la música vuelva a cada rincón de nuestro territorio. ●



Daniela González



Joven Orquesta Sinfónica de la FSMCV.
Auditorio. Rafelbunyol. Septiembre 2024.
Foto: Miguel Ángel Calvo (Mike Gramola).

ISEACV, COOPERACIÓN Y APRENDIZAJE FRENTE A LA DANA

* Fani Blanch

Directora del Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas de la Comunitat Valenciana (ISEACV)



Surge la oportunidad de modernizar infraestructuras, acelerar la digitalización y promover programas de investigación artística

La huella del barro,
Rodrigo Márquez, 2025.



La dana del 29 de octubre de 2024 generó una herida para las víctimas que quedará para siempre marcada en nuestra sociedad. Además, provocó graves daños en la industria musical y en las enseñanzas artísticas en Valencia.

Más allá de la pérdida material, el episodio abre un debate sobre la resiliencia cultural y la sostenibilidad educativa. Organismos como la UNESCO, así como la literatura especializada, señalan que los desastres naturales pueden actuar como catalizadores de innovación cuando las comunidades culturales reaccionan con cooperación y aprendizaje.

El sector musical valenciano respondió con redes solidarias y soluciones digitales temporales. De esta manera, se confirmó la capacidad de las empresas, asociaciones musicales y de los centros de educación superior, entre otros, para sostener el tejido cultural y educativo incluso en condiciones adversas.

Recientemente, el Gobierno valenciano ha anunciado importantes medidas de estímulo a la actividad musical. En breve, los músicos valencianos obtendrán beneficios fiscales por la compra de instrumentos musicales, por el pago de tasas y cuotas para estudiar en los conservatorios de música, así como por la compra de partituras, material didáctico y asistencia a conciertos. Desde el ISEACV apoyamos esta medida innovadora que pretende ser un incentivo sin precedentes para fomentar la actividad en torno a la música.

El efecto social y territorial de la dana ha sido muy intenso en localidades de l'Horta Sud, donde tenemos mucho tejido musical. En consecuencia, se han visto afectadas instalaciones donde se desarrolla la actividad musical, salas de conciertos, bandas de música, conservatorios profesionales, etc.

La experiencia señala también que ahora surge la oportunidad de modernizar infraestructuras, acelerar la digitalización y promover programas de investigación artística.

Así, la dana puede convertirse en punto de inflexión para consolidar la música y las enseñanzas artísticas superiores como motores de identidad, cohesión y futuro innovador. ●

LA RESILIENCIA DEL PALAU DE LA MÚSICA ANTE LA DANA DE 2024

★ Vicent Llimerá

Director del Palau de la
Música de València



La dana que afectó a València y su área metropolitana en 2024 tuvo un profundo impacto en el sector musical valenciano, especialmente en aquellas instituciones y espacios vinculados a la gestión pública. En el caso del Palau de la Música de València, las graves inundaciones obligaron al cierre temporal de salas e instalaciones, poniendo a prueba la capacidad de respuesta de todo el ecosistema cultural.

Más allá de los daños materiales, este episodio evidenció la vulnerabilidad de las infraestructuras culturales frente a fenómenos climáticos extremos y la urgencia de impulsar estrategias de resiliencia, prevención y cooperación entre administraciones. El trabajo coordinado con los servicios municipales, las asociaciones profesionales y la ciudadanía hizo posible la reprogramación de actividades, el mantenimiento de la vida artística y la transformación de la solidaridad en un verdadero motor de reconstrucción colectiva.

El Palau de la Música se ha consolidado como una de las instituciones más activas en la organización de conciertos benéficos y actos en memoria de las personas afectadas y de las víctimas de la dana, una línea de compromiso que sigue presente en la programación de la presente temporada. Destaca especialmente el concierto celebrado el pasado 3 de febrero, con la participación conjunta de la Orquesta de València, la Orquesta de la Comunitat Valenciana, el Cor de la Generalitat, el Coro de RTVE y alumnado del Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas de la Comunitat Valenciana (ISEACV), bajo la batuta de **Gustavo Dudamel**. Este acontecimiento, de gran valor simbólico y artístico, fue emitido por RTVE dentro del programa *Los conciertos de La 2*.

Este episodio ha reforzado el compromiso del Palau con la sostenibilidad, la planificación preventiva y la cultura como espacio de encuentro, memoria y reparación social. La música, una vez más, ha demostrado su capacidad para unir a la ciudadanía y convertir la adversidad en una oportunidad para reafirmar la solidaridad y la humanidad que nos une. ●



Orquesta de València dirigida por Gustavo Dudamel.
Concierto benéfico en homenaje a las víctimas de la dana.
Palau de la Música. València. Febrero 2025.
Foto: Live Music Valencia.

● JESÚS IGLESIAS NORIEGA

Director artístico del Palau de les Arts Reina Sofía de València

Les Arts ante la dana: compromiso frente a la adversidad

La dana que afectó a la provincia de Valencia supuso para el Palau de les Arts una de las pruebas más difíciles de su historia reciente. En primer lugar, por el profundo impacto emocional que generó en todos nosotros la cantidad de personas fallecidas, así como la magnitud de los daños materiales. Aunque la institución no sufrió pérdidas humanas directas, la catástrofe obligó a paralizar temporalmente nuestra actividad, afectando notablemente al ritmo de la programación y al desarrollo de proyectos con proyección internacional.

Las consecuencias económicas fueron notables. La cancelación de *La verbena de la Paloma* supuso una merma directa de los ingresos -con cuatro funciones y un preestreno con las localidades agotadas- y la pérdida de una oportunidad cultural, incluyendo la frustrada grabación acordada con el canal Mezzo, clave para proyectar el género lírico español internacionalmente. A ello se sumaron los gastos derivados de cambios de fechas y devoluciones de entradas, lo que afectó a nuestro presupuesto y nos obligó a reconfigurar planes.

Además, durante semanas, parte de la plantilla tuvo dificultades para acceder al centro de trabajo, un hecho que implicó un período complejo de reorganización. Sin embargo, esta situación puso de manifiesto la resiliencia y el compromiso del equipo de Les Arts, que trabajó intensamente para restablecer la actividad lo antes posible y mantener así el nivel artístico que le caracteriza.

Hoy, aunque seguimos afrontando retos presupuestarios derivados de aquella catástrofe, el Palau de les Arts conserva su impulso y proyección internacional. Así, la institución está decidida a recuperar y fortalecer su programación, a seguir innovando y a consolidar su posicionamiento como referente lírico europeo. ●

El equipo de Les Arts trabajó intensamente para restablecer la actividad lo antes posible y mantener así el nivel artístico que le caracteriza



Jesús Iglesias Noriega



Ópera *Enemigo del Pueblo* de Francisco Coll.
Palau de les Arts, València, Noviembre 2025.
Foto: Miguel Lorenzo y Mikel Ponce.



172

Black Coffee.
Ciudad de las Artes y las Ciencias. València. Julio 2025.
Cortesía de Mundosentí2.

ECOSISTEMA MUSICAL EN EQUILIBRIO

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA INDUSTRIA MUSICAL: UN RETO INAPLAZABLE



★ Ana Gómez de Castro

Profesional de Relaciones Públicas,
Comunicación y Marketing en Live Nation

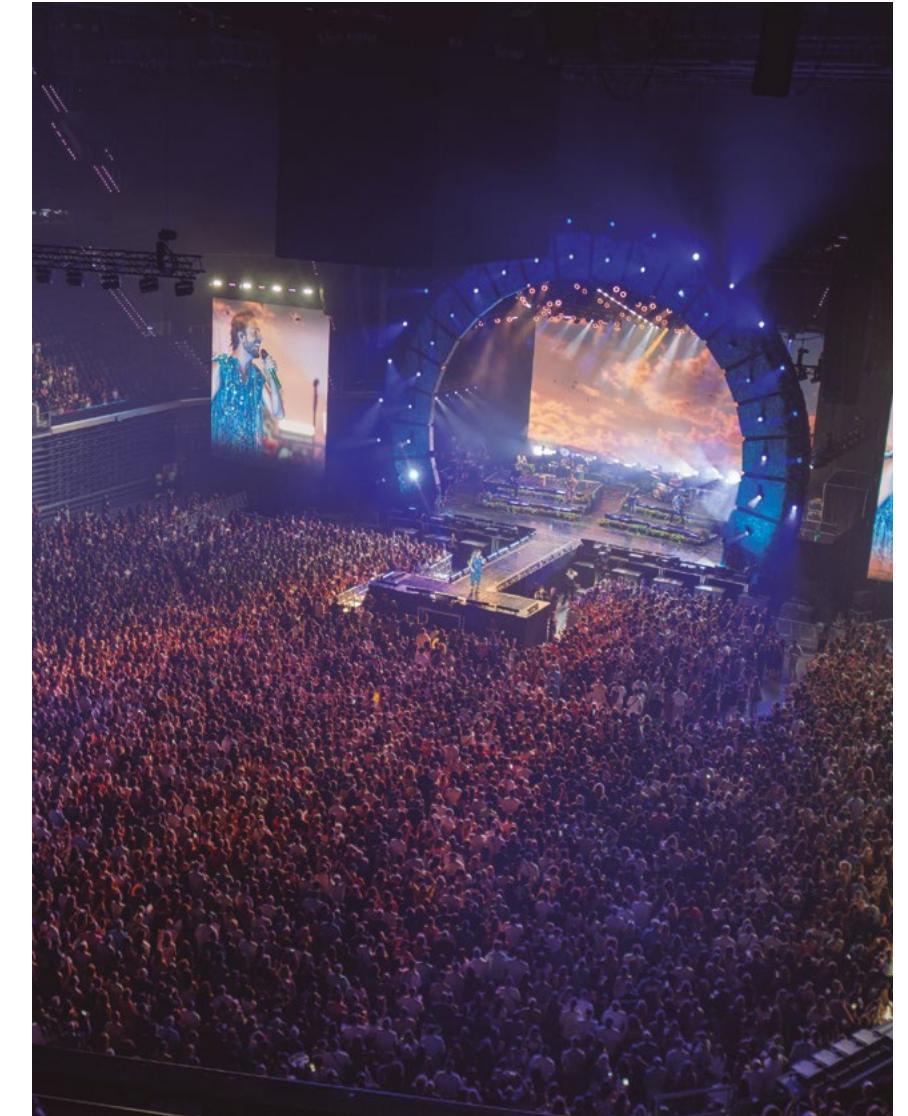
La industria musical vive un momento de profunda transformación. Tras los efectos de la pandemia, las tensiones geopolíticas y fenómenos climáticos extremos como la dana, el sector de la música en directo se enfrenta a la necesidad de repensar su papel social y medioambiental. Los festivales, conciertos y giras no son solo espacios de ocio, también son escenarios donde confluyen miles de personas. Y lo hacen en un contexto cultural que no puede permanecer ajeno a los desafíos globales y donde, además, la capacidad de amplificación y sensibilización es muy elevada.

En este contexto, la música se revela como un poderoso altavoz. Su capacidad de emocionar y movilizar multiplica el alcance de cualquier mensaje, y los conciertos en vivo generan un ambiente especialmente receptivo. Los artistas, como referentes de gran impacto, pueden influir en comportamientos, actitudes y conciencias de manera única. Así, ejercen una responsabilidad que va más allá de lo artístico.

Existen ejemplos inspiradores. En la Comunitat Valenciana, grupos como **La Habitación Roja** han destacado por su compromiso social y medioambiental, vinculando su obra y sus acciones a causas solidarias. En el ámbito nacional, los conciertos benéficos

organizados tras la dana, como «Som València», demostraron la fuerza del sector cuando trabajó unido: miles de personas, artistas, técnicos y promotores sumaron esfuerzos para recaudar fondos y evidenciar que la música es también una herramienta de resiliencia y transformación social.

El compromiso de todos los agentes del sector de la música es clave para el avance de la sociedad. Y ahora más que nunca. Ya no basta con publicar un single, organizar un festival, programar una sala o anunciar un concierto. Se trata de ayudar, no sólo a que todo el mundo disfrute de la música en igualdad de condiciones, sino que, además, pongamos nuestra pequeña semilla para construir un mundo mejor. ●



Manuel Carrasco. Roig Arena.
València. Septiembre 2025.
Cortesía de Roig Arena.



Iñaki Villagrá



Triángulo de Amor Bizarro. Deleste Festival.
Jardines de Viveros. València. Mayo 2024.
Foto: Susana Godoy. Cortesía de Just Life Music.

● IÑAKI VILLAGRÁ

Director del Deleste Festival (València)

Las razones que nos unen

Como promotores, veníamos de perder músculo tras la pandemia. Aun así, poco a poco, fuimos recuperándonos y volvimos a esa normalidad que tanto necesitaba el sector. Sin embargo, cuando pensábamos que nada similar podía pasar, nos golpeó a todos la tragedia de la dana. No era tiempo de lamentarnos, sino de ayudarnos unos a otros. Lo que vivimos fue una solidaridad conmovedora con los compañeros que sufrieron directamente el desastre.

De una u otra manera, las inundaciones nos afectaron a todos: reducción de la venta de entradas, disminución o supresión de ayudas y caída de patrocinios. Todo ello, junto a una posible saturación de eventos, acentuó la inestabilidad de nuestro sector. Así, nos toca pelear constantemente para sacar adelante nuestras empresas con la obligación de reinventarnos cada cierto tiempo.

Ahora, la música que nunca nos abandonó vuelve como punto de unión y está más viva que nunca. Lo comprobamos en los diferentes conciertos que hemos organizado desde entonces. Cada asistente es una razón para seguir adelante. Y de eso se trata al final: de seguir teniendo razones para seguir adelante. ●

LA PROFESIONALIZACIÓN, EL PASO IMPRESCINDIBLE

* Raquel Tendero

Directora general de
Producciones Baltimore



El sector de la música vive un momento clave: el público responde, los proyectos crecen y cada vez hay más talento encima y detrás del escenario. Sin embargo, seguimos arrastrando un problema que nos afecta a todos: la falta de profesionalización real. Esto se nota en la producción, en la gestión técnica, en la comunicación, en el trato institucional e incluso en la manera en que se aplican normativas que muchas veces están pensadas sin tener un conocimiento real del sector.

Esta falta de profesionalización provoca situaciones de inseguridad y decisiones administrativas que cambian de criterio según quién esté al otro lado, lo que complica la planificación y pone en riesgo proyectos que requieren meses de trabajo. Para que los festivales y las salas puedan funcionar con estabilidad, necesitamos reglas claras, profesionales formados y procesos que no dependan de la improvisación.

También es fundamental entender que la música no son solo los artistas: detrás hay técnicos, proveedores, equipos de producción, comunicación, *ticketing*, seguridad y

logística. Es una cadena de valor que debe cuidarse y profesionalizarse si queremos que el sector crezca de forma sólida y coherente.

En nuestros festivales intentamos avanzar en esa dirección: apostar por equipos estables, metodologías claras, formación continua y colaboración con instituciones que realmente conozcan cómo funciona el sector. Si queremos consolidar y mejorar la experiencia del público y dar más oportunidades al talento, la profesionalización es el paso imprescindible para que todo lo demás tenga sentido. ●

Low Festival.
Benidorm. Julio 2025.
Foto: Rafa Galán. Cortesía de Producciones Baltimore.



La música debe cuidarse y profesionalizarse si queremos que el sector crezca de forma sólida y coherente

TRANQUILO MÚSICA, TREINTA AÑOS DE ESPÍRITU INDEPENDIENTE

La promotora valenciana luce un currículum en el que destacan algunos de los mejores músicos nunca llegados al *Cap i Casal*

★ Carlos Pérez de Ziriza

Dicen que algunas de las mejores cosas que nos pasan en la vida nacen en los bares. Tranquilo Música es una de ellas. Nació como un pub -en la zona de Cánovas, bajo el nombre de Tranquilo Niebla- que era como la aldea gala de Astérix bajo dominación romana (sustitúyase lo de «romana» por el bakalao, sus pastelitos y cualquier cosa que sonase en Los 40 Principales), hasta que un 12 de enero de 1995 se atrevieron a liarse la manta a la cabeza y organizar un concierto en la sala Roxy Club de **Los Planetas**, cuando los granadinos aún estaban en camino de ser la banda española más significativa de la década.

El pub estuvo abierto de 1991 a 1997, pero Tranquilo como promotora de música en directo, convertida ya en Tranquilo Música desde 2005, lleva treinta años trayéndonos a músicos tan exquisitos como **Rufus Wainwright, Dominique A, The Waterboys, Yann**

Neus Aulló y Juan E. León (Tranquilo Música).

Foto: Susana Godoy



Tiersen, Jonathan Richman, Luna, Mando Diao, Damien Jurado, Will Johnson, Yo La Tengo, Tindersticks, Lloyd Cole, Antony & The Johnsons, Andrew Bird, Piano Magic, Lambchop, J Mascis, Richard Hawley, The Undertones, Pernice Brothers, Matthew Sweet, Iron & Wine, Mark Eitzel, Bonnie Prince Billy, Lydia Lunch, Josh Rouse, The Lemon Twigs, Nacho Vegas, Mishima, Manta Ray, La Buena Vida, Dorian, Pau Vallvé y un etcétera tan largo que aún podría apabullar al lector más todavía que estas seis últimas líneas. Que ya es decir. Los bolas más exquisitos de los que han gozado las muy distintas salas de la capital valenciana llevan su firma. Casi no caben en un folio.

Hablamos de todo esto con **Juan Enrique León** y **Neus Aulló**, los dos responsables de una empresa en la que también fueron pilares importantes en su momento -y es justo recordarlo- **Marisa Moya** y **Jesús Sáez**. Treinta años dan para mucho. Y basta echar un vistazo a su agenda (en la que lucen **Suede**, **Destroyer**, **Nick Lowe**, **Cracker**, **Patrick Wolf** o **La Bien Querida**) para cerciorarse de que atraviesan un gran momento.

— ¿Estáis contentos con lo mucho que se está valorando este año vuestro trabajo, aunque sea porque el 30 aniversario se presta a ello?

— Neus: Sí, siempre está bien. Y tenemos la sensación de que lo que viene esta temporada aún mola más que las anteriores.

— Juan Enrique: No es fácil. Además, nosotros no metemos publicidad en medios, con lo que les tiene que gustar lo que traemos. Y las salas de la ciudad están a tope. Con agendas repletas de aquí a meses.

— Hay un auténtico boom de la música en directo desde la pandemia, ¿no?

— Neus: Todo está más activo, en general.

— Juan Enrique: El 30% del concierto del australiano **Ziggy Alberts**, que hicimos en octubre, era extranjero. Y metimos casi 400 personas. Por ejemplo.

— Wah Wah, Greenspace, Col·legi Major Lluís Vives... vuestra historia es también

la de algunas salas que cerraron hace años. ¿Echáis alguna de menos?

— Juan Enrique: En el Col·legi Major Lluís Vives hicimos cosas muy buenas y poco conocidas, porque su director, **Luis Puig**, era tan apasionado como nosotros, y estaba al día. Sabía de Damien Jurado o de Dominique A cuando apenas tenían dos discos. Era una capilla para 150 personas... a los artistas les gustaba mucho.

— No esperarías rebasar los 30 años en un negocio tan incierto como este, ¿no?

— Juan Enrique: Yo sí. Siempre fui muy *echao palante*.

— Neus: Yo tengo un perfil más conservador, la contabilidad es lo que me preocupa (risas).

— Juan Enrique: Siempre hemos buscado la manera de salir adelante. Ha habido varias etapas que no fueron bien: los grupos eran muy *underground*, y esto va de vender entradas. Y cuando tengamos el próximo bajón, que ojalá tarde mucho en llegar, nos buscaremos la vida para tener soluciones. Yo siempre he sido muy optimista. Siempre me he querido dedicar a esto de la música, o con el bar en su momento, o con los conciertos.

— ¿Hubo un punto de inflexión en el que os convencierais de que había que cuadrar las cuentas y traer a músicos que quizás no estuvieran entre vuestros predilectos, pero fueran apuestas seguras para vender entradas?

— Neus: Fue gradual. Nunca nos planteamos que había que abrirse a más cosas, sino que vas trabajando con agencias que van creciendo también contigo, ya te conocen y te los ofrecen porque confían en ti, aparte de que puedes pagar el caché del artista, que ese es otro tema. Porque no todo se resuelve con dinero.

— Juan Enrique: Y confiamos mucho en promotores como Houston Party, Live Nation, Last Tour o Mercury Wheels: sabemos que habrá comunicación estatal, el grupo querrá hacer entrevistas, y hablamos de músicos que a veces apenas conocemos.

càssim... no solo en València ciudad. Es verdad que nosotros estamos muy especializados, pero no nos cerramos a nada. Aun así, creo que hay más oferta que en otros sitios. Yo creo que si **Dry Cleaning**, por ejemplo, tocasen en Murcia, habrían hecho *sold out* meses antes. Aquí tardan más en agotarse.

— Eso también os ha hecho centraros más en grupos internacionales, con el tiempo, ya que la mayoría de los grupos estatales acaban en los festivales que ya conocemos.

— Neus: Y hay un perfil de festival muy de aquí, que cuenta con los cinco grupos españoles que mejor funcionan, y de ahí para abajo. Y da la sensación de que se repiten los nombres, año tras año.

— Juan Enrique: Nosotros empezamos con grupos españoles. **Triángulo de Amor Bizarro**,

Sidonie, **Los Planetas**, **Xoel López**... todos los que ahora son grandes, los hemos hecho antes. Ahora ya no podríamos traer a algunos de ellos.

— ¿Qué conciertos recordáis como el mayor castaño, aquel en el que palmarais dinero a base de bien, y al revés, aquel en el que no esperabais gran cosa, y os sorprendió (por el contrario) ver tanta afluencia?

— ¿Creéis que València es una ciudad complicada, imprevisible en cuanto a afluencia?

— Juan Enrique: Hay muchos festivales, y durante gran parte del año, el público prefiere ir a festivales que a salas. En ciudades como Murcia o Bilbao, no hay tantos. Pero la nuestra debe ser la comunidad con más festivales de España.

— Neus: Estoy de acuerdo, igual hemos acostumbrado al público a ir a festivales. Los tienes todo el año.

— Igual no es el mismo público que el que acude a las salas

— Neus: Igual no lo es. Pero quizás sin esa oferta festivalera, iría más a las salas.

— Juan Enrique: Si en un mes tienes cuatro festivales, y vas a unos 15 conciertos al año, ya me explicarás cómo durante ese mes vas a ir a tres conciertos en sala.

— ¿Se ha 'festivalizado' la oferta?

— Neus: Yo creo que sí.

— Juan Enrique: Y súmame los festivales en Gandia, Tavernes, Xàtiva, Borriana, Beni-

«Siempre hemos buscado la manera de salir adelante, incluso en etapas que no fueron bien»



Neus Aulló y Juan E. León (Tranquillo Música).
Foto: Susana Godoy

Greenspace en 2007, con más músicos. Los **Smithereens** en Moon en 2008. Otro castañazo. O **PiL**, también en Moon, en 2016.

— **Neus:** Y al revés, el de **Mando Diao** en Roxy Club en 2006, salió muy bien. Lleno. Muchos nos han salido mejor de lo que esperábamos: **Riders on the Storm** en Greenspace en 2009 con 2.800 entradas. **Simple Minds** llenando Viveros en 2022 con 4.750 entradas. Los que hemos hecho con **Nacho Vegas** o con **Kings of Convenience** también fueron muy bien.

— ¿Y músicos que os gustaría traer?

— **Juan Enrique:** **Fontaines D.C.**, que los tuvimos a la venta para 16 Toneladas y cancelamos, porque pegaron el pelotazo dos meses antes de venir; ya habíamos vendido entradas. También **Future Islands**. Estuvimos haciendo números para traer a **Fleet Foxes**, con la agencia Mercury Wheels. Con **The Postal Service** también estuvimos a punto. También con **Death Cab For Cutie**. Me gustaría traer a **Bar Italia**, por ejemplo. Y Neus a **Morrissey**: para que luego cancele (risas).

— ¿Conciertos memorables por lo positivo y también por lo negativo?

— **Neus:** El de **Yo La Tengo** en Moon en 2010. Llegaron la noche de antes, cenamos con ellos, era marzo y el día del concierto los llevamos a comer una paella y a una mascletà, y les gustó mucho... es un grupo que nos gusta muchísimo, con el que hemos crecido, y además la sala estaba casi llena. Para mí, el que más.

— **Juan Enrique:** Para mí, **Sparklehorse**, **Bonnie Prince Billy**, la primera vez de **Josh Rouse** en Black Note, **Iron & Wine**, **Damien Jurado**... o muchos de los del Col·legi Major Lluís Vives, como las primeras veces de **Dominique A**. O el **Big Thief** en Moon en 2023, que nos dieron mucha guerra a nivel de producción, pero el grupo estaba en un momento

«La agenda semanal de conciertos la hacemos promotores como nosotros, y eso es lo que llena culturalmente una ciudad. El día a día»

álgido: es de las pocas veces que hemos podido traer a un grupo en su mejor momento.

— **¿Os habéis topado con algún artista tan intratable que os haya hecho no querer saber nada más de él?**

— **Neus:** No, no hemos llegado a ese punto. Muchas veces, o casi siempre, son los managers los que crean más problemas, y no los artistas. Depende mucho de ellos. Pero nunca hasta el punto de no querer volver a trabajar con alguien.

— **¿Y os habéis sentido desbordados en alguna ocasión?**

— **Juan Enrique:** Tenemos mucha confianza con la gente de las salas con las que trabajamos habitualmente. Con la gente de Moon, los técnicos, quienes nos abren la sala, con **Pepe (Rueda)** de 16 Toneladas o con **Lorenzo (Melero)** del Loco Club... por eso, a veces, cuando nos hablan de alguna otra sala dedicada al ocio en la que también hacen conciertos, como las llevan gente a la que no conocemos, no nos molestamos. No solemos inaugurar salas nuevas.

— **Neus:** Toda la gente de las salas con las que trabajamos es muy profesional, y cuando hay complicaciones, siempre hay alguna solución. Siempre se puede llegar a un entendimiento. Y ayudan mucho. Son facilitadores.

— **Juan Enrique:** Saben quiénes somos, hacemos muchos conciertos en su sala al año, nos tratan muy bien, y al menos con nosotros el trato es excelente.

— **Tenéis también una fecha en el recién estrenado Roig Arena, el 24 de marzo.**

— **Juan Enrique:** Sí, en la sala multiusos para 2.000 personas, y estamos mirando de hacer algo en la grande. Llevamos más de 1.500 vendidas para Suede y no tardaremos

en agotar. (Las localidades se agotaron poco después de hacer la entrevista)

— **Neus:** La de 2.000 personas una sala que nos puede venir muy bien para según qué artistas. Sin cerrarnos al espacio principal.

— **¿Cómo veis el proyecto de València Music City? ¿Creéis que esta ciudad reúne condiciones?**

— **Neus:** Veo mucha burocracia detrás de esas iniciativas. Está muy enfocado a grandes eventos y festivales, y no lo termino de ver claro. No quiero dar la impresión de que vamos de sobrados, porque ya ves que nunca lo hemos sido. Nos dedicamos a trabajar en lo que sabemos y en lo que nos gusta. Pero no sé qué retorno puede tener todo el trabajo que conlleva, tengo mis dudas.

— **Juan Enrique:** Se supone que está enfocado al turismo musical: ayudan a festivales, entiendo que ayudan a salas, pero no sé qué nos aportan a los promotores pequeños. Me da la sensación de que su objetivo son los grandes eventos. No sé en qué consiste exactamente. Ni nos ha llamado nadie ni hemos buscado a nadie, la verdad.

— **Neus:** Al final, la agenda semanal la hacemos promotores como nosotros, y eso es lo que llena culturalmente una ciudad. El día a día. Y no el festival que tengas en mayo, en junio o en julio. No sé hasta qué punto es necesario etiquetar las cosas: eso es lo que quiero decir cuando hablo de burocracia. Me parece como crear algo artificial, para gente que no vive el día a día de la música. Al menos es como yo lo veo.

— **Juan Enrique:** Desconozco qué presupuesto debe tener, pero si se invirtiera en los promotores locales, València tendría miles de conciertos, tan buenos como los de Madrid o Barcelona. Pero si solo apoyas a los festivales... ●

MÚSICA DE PROXIMIDAD: LA IMPORTANCIA DE LAS SALAS

* Alicia Padilla

Gerente de la sala
Radio City (València)



En RADIO CITY, con casi 50 años, llevamos 30 apostando por la música en directo. Lo hacemos desde una sala de mediano formato donde tan solo cuarenta centímetros de altura separan el escenario del público. Es un detalle que permite que la experiencia sea tan cercana como auténtica.

Sea cual sea tu gusto musical, nada iguala la emoción de contemplar tan de cerca el talento y el esfuerzo que expresan los músicos desde una distancia tan corta. Ninguna pantalla gigante, por inmensa que sea, puede sustituir esa cercanía.

Debemos seguir insistiendo en que todas las bandas han empezado desde abajo, haciendo 'bolos' en salas pequeñas. Repetir que sus propuestas han ido madurando y consolidándose en nuestros locales hasta llegar a los escenarios más grandes de macroconciertos o festivales. Son estos espacios donde ahora se concentra el grueso del público y unas cuantas bandas o artistas 'elegidos' que, además, copan los line-ups de la mayoría de los eventos congregados en la temporada estival.

El modelo de consumo actual en festivales donde se solapan actuaciones que obligan al público a tener que elegir escenario, sumado a la masificación, nada tiene que ver con el de una sala de música en vivo en la ciudad. Aquí se aprecian todos los detalles del concierto,

Los cuarenta centímetros de altura que separan nuestro escenario del público permiten que la experiencia sea tan cercana como auténtica

Radio City. València.
Cortesía de la sala.



desde la tranquilidad de un espacio seguro y cómodo que te acoge de forma casi familiar.

Es la experiencia emocional que ofrecemos la que fideliza entre sí a grupos, público y salas.

Pensamos que este modelo de experiencia más cercana se debe apoyar más desde las instituciones, y no sólo a nivel económico. Necesitamos que se posibilite nuestro trabajo de forma ordenada y pro-

fesional, que seamos consideradas también como 'Bienes de Interés Turístico' como ya lo son los festivales. La atracción de tener una ciudad con música en vivo todo el año define su carácter y propuestas como los circuitos musicales son muy buenas herramientas a las que debemos dar más peso e importancia, constancia y regularidad.

Ser más conscientes de nuestro valor en la Industria Musical. ●



Komando Komare. Circuit Viu.
La Casa de la Mar. Alboraya. Novembre 2025.
Foto: Clàudia Marconell.

Raquel Molina Albero



● RAQUEL MOLINA ALBERO

Sala Euterpe (Sant Joan d'Alacant)

Cuidado y alerta constante

Gestionar una sala no es solo programar conciertos y acompañar a artistas emergentes: es resistir frente a normativas cambiantes, costes crecientes y la fragilidad estructural de un sector que, pese a su enorme valor cultural, sigue siendo tratado como secundario.

La dana fue un golpe que expuso esa vulnerabilidad de forma brutal. No hablamos únicamente de daños materiales o pérdidas inmediatas, sino también de la incertidumbre que generó en proyectos que ya caminaban sobre un equilibrio precario. Una catástrofe natural de esta magnitud paraliza la actividad, corta la relación con el público y amenaza la continuidad de muchos espacios.

Y, aun así, no dudamos. Fuimos de los primeros en donar la recaudación de conciertos y en volcarnos para apoyar a los afectados. Lo hicimos porque sentimos una responsabilidad con nuestro entorno, porque creemos que la música no es solo entretenimiento: es comunidad y cuidado constante.

Pero esta misma conciencia, este compromiso con los demás, nos hace especialmente vulnerables. Aunque se nos considera uno de los eslabones más débiles, siempre estamos en primera línea cuando la sociedad nos necesita. Esta paradoja debería hacernos reflexionar: si quienes menos tenemos somos los primeros en dar, ¿quién sostiene a quienes sostienen la cultura? ●

LA FUERZA DE UNA SALA DE CONCIERTOS NACE DE LA PASIÓN

* Antonio López

Gerente de la sala Marearock (Alicante)



Ser gerente de una sala de conciertos es, ante todo, un acto de amor por la música en directo. Cuando pienso en mi trabajo, siempre llego a la misma conclusión: quienes formamos parte del tejido de salas de la Comunitat Valenciana no estamos aquí para hacernos ricos, sino porque amamos profundamente los conciertos, a los artistas y esa energía irrepetible que se genera cuando se encienden las luces del escenario. Es una profesión tan bonita como exigente, que solo se entiende desde la pasión.

En salas como Marearock, cada euro que entra vuelve a salir para mejorar la experiencia de quienes nos visitan: artistas, técnicos y público. Invertimos continuamente en equipamiento, en sonido, en iluminación, en personal y en crear las mejores condiciones posibles, para que cada fin de semana sea mejor que el anterior. Pero lo cierto es que sin determinados apoyos sería muy difícil mantener este ritmo. Gracias a ayudas como las del IVC, procesos que nos llevarían años se acortan y se hacen realidad. Y sé que hay salas que, sin este impulso, simplemente no podrían continuar con su labor cultural y social.

Por eso es fundamental que no se rompa esta cadena de confianza. Necesitamos que las instituciones sigan apostando por nuestro trabajo, que entiendan que las salas somos un servicio público cultural, y que los apoyos no solo se mantengan, sino que crezcan. Aún estamos lejos de otras comunidades autónomas y, si nos comparamos con Europa, la distancia es mayor.

Aun así, seguimos adelante. Y lo hacemos gracias al público que llena la sala, a los artistas que nos eligen y al personal que lucha cada día para que la música en directo siga viva. A todos y todas, de verdad: gracias. ●

Ketekalles.

Sala Marearock. Alicante. Febrero 2024.

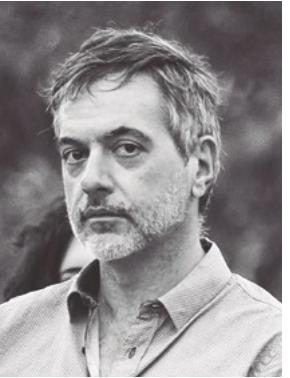
Cortesía de Marearock.



DAVID PASTOR: «EL FUTURO DEL JAZZ VALENCIANO ESTÁ ASEGUrado»

* Enrique Monfort

Coordinador del Festival de Jazz de València



Nacido en Alemania por azares de la emigración y criado en Sedaví, **David Pastor** (1974) ha recorrido un camino que va de las bandas de pueblo a los grandes festivales internacionales. Trompetista inquieto, ha vivido entre la clásica y el *jazz*, entre orquestas de baile y *big bands*, entre la docencia y la improvisación. Con la misma naturalidad con la que recuerda su primera trompeta «más dura que la leche», repasa ahora una trayectoria marcada por la versatilidad y la constancia, con la convicción de que el futuro del *jazz* valenciano está más vivo que nunca.

— Orígenes

— «Me sorprende que no me hayas preguntado por lo de mi nacimiento en Alemania. Yo soy hijo de la inmigración», comenta David Pastor con una sonrisa. La pre-

gunta era por su primer contacto con el *jazz*, pero con una carrera tan dilatada, fructífera y exitosa como la del *jazzman* valenciano, mejor ponerse cómodo. Su padre era de Paiporta y su madre de Sedaví, pero, así es, ambos estaban trabajando en Alemania cuando él nació, el 29 de abril de 1974. Apenas tres meses después, el 2 de agosto de ese mismo año, regresaron a España. «He vivido un año de dictadura -ríe-, pero no me acuerdo de nada. Y, si me hubiera acordado, creo que lo habría borrado».

«La gente del *jazz* toca sin partitura, improvisa, crea en el momento. Yo quiero esto, yo necesito esto. Esta es la música que se ha hecho para mí»

David Pastor.
Cortesía del artista.



La familia se instaló en Sedaví, en un piso de la abuela materna, en la Avenida Madrid, que entonces todavía era una auténtica avenida. Allí creció David, marcado desde niño por una atracción irresistible hacia la música.

— Primeras experiencias

— En casa apenas había tradición musical. «Un hermano de mi madre tocaba la tuba en la banda, pero en plan amateur», recuerda. Sin embargo, desde muy pequeño David quedaba hipnotizado siempre que veía músicos en televisión. No eran los discos, sino la visión de alguien interpretando en directo lo que le fascinaba. A los ocho años empezó a aprender flauta dulce en el colegio y pronto pidió a su madre apuntarse a música. «Me dijo: cuando hagas la comunión. Y así fue. Hice la comunión un domingo y el lunes ya me había presentado solo en la escuela de música de Sedaví». Allí lo recibió **Fernando Sánchez Manzaneque**, su primer profesor, y comenzó formalmente el camino.

Cuando llegó el momento de elegir instrumento, Pastor lo tuvo claro: quería tocar el fagot. Pero aquel sueño resultaba inasumible: un fagot de iniciación costaba quinientas mil pesetas, lo mismo que un coche. «Mi madre se dijo: el chaval tiene nueve años... ¿y si dentro de dos meses se cansa de la música?». El director de la banda sugirió otra opción: la trompeta. «Las trompetas siempre hacen falta», celebró. Sus padres le compraron entonces una modesta Cónedor taiwanesa por 27.000 pesetas. Con ella se inició, entre dificultades de vista y atriles compartidos, que le obligaban a aprender de oído lo que no alcanzaba a leer. Lejos de ser un obstáculo, aquella dificultad le obligó a desarrollar el oído musical. «Si yo quería tocar y no veía el papel, me lo tenía que aprender de memoria. Estos chicos, sin saberlo, me estaban haciendo un favor».

— El descubrimiento del jazz

— La figura de **Latino**, un joven baritonista con quien coincide en la banda, resultó determinante. «Si yo tenía once años, él tendría diecinueve o veinte, y ya tocaba jazz.

Me abrió la puerta a otro mundo». Paralelamente, un primo le pasó cintas de **Miles Davis**. «Pensé: iguau! Esta gente toca sin partitura, improvisa, crea en el momento. Yo quiero esto, yo necesito esto. Esta es la música que se ha hecho para mí».

Su manera de aprender por oído encajaba perfectamente con aquel universo. Latino organizó entonces unos talleres frente a la casa de David, y de ahí surgió la **València Jazz Big Band**, dirigida por un joven **Ramón Cardo** de apenas veintiséis años. «Yo tenía trece o catorce. Ensayaban en la biblioteca de Sedaví, con músicos de Godella, Catarroja y otros pueblos. Todos veníamos del mundo de las bandas», recuerda.

En julio de 1988, con solo catorce años, Pastor debutó con la València Jazz Big Band en Barcelona, en un certamen de orquestas de jazz celebrado en la Ronda de Sant Antoni. «No era un concurso, sino una muestra. Me acuerdo bien porque en el Taller de Músics, donde ahora doy clases, está colgado el cartel de aquel bolo».

— La Sedaví Big Band

— Con el tiempo, Latino se marchó a trabajar a Canarias y la aventura de la València Jazz Big Band quedó en suspenso. David siguió con su formación clásica en el conservatorio, pero cada tarde, tras estudiar, ponía cintas de jazz y tocaba encima de los discos. «Escuchaba sobre todo a Miles, mucho más que a **Gillespie**. Lo de Dizzy era imposible técnicamente. En cambio, lo que tocaba Miles más o menos sí que podía hacerlo. Escuchar dos notas de Miles me dejaba embobado».

Aquel entusiasmo lo llevó a comprar su primera sordina Harmon, con el dinero que había ganado en las Fallas. «Me compré un par de sordinas y me pasaba horas imitándole».

En 1990, tras un paréntesis de Latino en Canarias, volvieron a montar una big band en Sedaví. «Yo insistía: vamos a hacerlo. Y en 1991 dimos el primer concierto como **Sedaví Big Band**». Aquella formación reunió a músicos que hoy son nombres propios del jazz valenciano: **Vicente Macián**,

de la orquesta fue para él una escuela. «Te hace espabilas, te da tablas, tocas de todo y en cualquier situación». Sus padres le apoyaron con un matiz: «Me dijeron: la carrera universitaria te la pagamos, pero la música te la pagas tú». Y se la pagó con bolos.

Paralelamente entró en el circuito del jazz y de la salsa en València, con grupos como **Sonora Latina**. Pero pronto sintió que el ambiente clásico del Conservatorio de Vera le resultaba hostil: «Yo hacía jazz, y allí no encajaba».

En 1995 tomó una decisión crucial: mudarse a Barcelona. «En València era el mejor trompetista de jazz porque era el único. No porque fuera bueno. Necesitaba un empujón. Ir a Nueva York no podía, pero a

— Barcelona,

primer etapa

— En la capital catalana se encontró con una escena jazzística vibrante. Las jam sessions y el ambiente del Jamboree fueron su

escuela real. «He visto lo más grande allí. Y la portera me dejaba entrar gratis porque le caía bien». Se matriculó en el Conservatorio del Bruc, donde **Jaume Espigolé** lo reconoció con la trompeta clásica.

Para sobrevivir, trabajó en la sala Tango con una orquesta de baile. «Tocaba de domingo a miércoles, dos pases por la tarde y tres por la noche. Ganaba 40.000 pesetas a la semana, y el alquiler costaba 25.000 al mes. No era lo que quería, pero me permitía estudiar y vivir en Barcelona».

— Vuelta a València y nacimiento de Sedajazz

— En 1998 terminó la carrera y regresó a València. Fue entonces cuando nació oficialmente **Sedajazz**. «En noviembre hicimos un concierto en el Palau con **Sole Giménez** para Médicos Sin Fronteras. Ese fue el primer concierto como Sedajazz». La iniciativa supuso un cambio: «Latino alquiló un bajo en Lloçnou y dijo: a partir de ahora, colectivo de músicos Sedajazz». Desde en-

«Así como hay orquestas públicas clásicas, debería haber una big band nacional ligada a RTVE y orquestas autonómicas de jazz»

Carlos Martín, los hermanos **Jesús y Felipe Santandreu** que formaban parte de una sección rítmica con **Lucho Aguilar, Donato Marot y Miquel Casany**. «Funcionaba super bien, era una rítmica de lujo».

En 1992 ganaron un concurso de la Generalitat Valenciana que les permitió grabar una maqueta en los estudios Tabalet. «No era un disco, era una cinta de casete, se llamaba *Three Deuces*. No sé dónde estará, creo que Latino aún guarda alguna». Aquella cinta les abrió las puertas de la Diputación y el SARC. ¿Eran conscientes de que estaban haciendo historia? «Para nada. Lo hacíamos porque lo pasábamos pipa».

— Años de formación

— Mientras tanto, Pastor continuaba sus estudios en el conservatorio. Terminó el instituto y decidió dedicarse de lleno a la música. En 1992 empezó a trabajar en orquestas de baile. «Ese verano hice dieciocho bolos en julio, veintipico en agosto, veinte en septiembre... Era una locura». El mundo

David Pastor.
Jazzon Aretoa. Bilbao. Febrero 2025.
Foto: Fernando Marcos. Cortesía del artista.

tonces empezó la profesionalización: figura jurídica, seguridad social, conciertos, giras.

En 1999 grabaron *Muñequita linda*, que les abrió puertas en festivales como San Sebastián. «Entre el 99 y 2000 ya podía vivir todo el año solo con Sedajazz».

— Primeros discos como líder

— En paralelo, Pastor inició su carrera como líder. En 2001 grabó *Introducing David Pastor* junto al pianista **Brian Trainor** y el contrabajista **Richie Ferrer** y la decisiva colaboración del batería americano instalado en València **Jeff Jerolamon**. «Lo grabamos en una tarde en Tabalet. Dos temas míos y cuatro de Brian». El disco salió en 2002 bajo el sello Omix Records de **Ximo Tébar**. «Me hizo un buen contrato para la época».

Ese mismo año participó en el disco del Festival de Xàbia con **Fabio Miano** y **Perico Sambeat**, y poco antes había tocado en Montreux con **Solar Sides**. «Un DJ argentino nos vio en el Black Note y nos llevó a Suiza. Dos semanas después estábamos grabando allí». Al año siguiente viajaron a Montreal.

Durante la primera década de los 2000, Pastor se consolidó en el circuito internacional, tocando en el Café Central de Madrid, con la Big Band de Terrassa y en proyectos de **Josep Vicent** con arreglos de **Amargós o Mendoza**. «Fue la época de mi consolidación definitiva como músico de jazz».

— Vuelta a Barcelona

— En 2005 surge la oportunidad de colaborar en el programa de televisión de **Andreu Buenafuente** por lo que Pastor decidió volver a instalarse en Barcelona. «Gastaba más en Euromed que lo que ganaba». En 2009 entró como profesor en el Taller de Músics, justo cuando se convirtió en Escue-

la Superior. «Me hicieron una entrevista y yo les ponía pegas: que no tenía el título acabado, que estaba siempre viajando... Pero me decían: te queremos a ti». Así comenzó su faceta docente, diseñando un plan de estudios que aún sigue vigente.

El contacto con jóvenes talentos le resultó inspirador. «Mi caso de éxito fue **Pere Navarro**. Al principio estaba disperso, le dije: o te pones a estudiar o te devuelvo a Ibiza. Se puso, acabó el grado y firmó con Fresh Sound Records». En esa época coincidió también con **Rosalía**, **Eva Fernández**, **Salvador Sobral** y otros músicos que hoy son referentes. «Fue una época muy bonita».

Paralelamente creó el trío **New Roots**, al que llamó «la banda de la crisis». Con ellos grabó cuatro discos en diez años. También grabó *Armageddon* con músicos de Nueva York, hizo dúos experimentales y proyectos con **Jorge Pardo**, **Perico Sambeat** o **Jerez-Texas**.

— Pandemia y actualidad

— La pandemia de 2020 supuso un golpe duro. «Tenía conciertos cerrados en Maastricht, Tesalónica, una masterclass en Madrid... y en una semana se cayó todo». La solución llegó gracias a su mujer, **Natalia**, experta en marketing digital. «Me dijo: la masterclass que ibas a dar en Madrid la hacemos desde casa. Y funcionó. Llegamos a tener cincuenta personas conectadas».

Poco después llegaron los primeros conciertos, entre ellos un homenaje a **Xavier Cugat** en el Grec. Lo decisivo fue la llamada de **Josep Vicent**: «¿Tienes un proyecto para sinfónica? Y lo tenía. En julio de 2020 hicimos un *sold out* en Alicante, con las restricciones de aforo». A partir de ahí, su colaboración con orquestas como la OBC o RTVE se intensificó.



— El jazz valenciano hoy

— Pastor tiene claro su diagnóstico: «Artísticamente, la música valenciana siempre ha estado por encima. Cuando me fui a Barcelona en el 95, allí la escena era más potente, pero hoy creo que la hemos alcanzado e incluso superado». Reconoce que el gran salto ha sido en las bases rítmicas: «Ahora hay chavales en la batería, el contrabajo o el piano a un nivel increíble».

Denuncia, sin embargo, la falta de una «clase media» en el jazz español: «Aquí o cobras mucho o cobras poco. Se está pagando lo mismo que hace treinta años. Yo no voy a tocar por 50 euros». También critica que el grado superior de jazz se implantara sin una base elemental y profesional previa. «Hemos empezado la casa por el tejado». Frente a eso, valora el papel de Sedajazz como cantera real.

La dana que arrasó su sede hace un año puso de manifiesto la magnitud del proyecto. «Al día siguiente ya había gente donando instrumentos o mandando dinero. Eso demuestra lo que significa Sedajazz».

Pastor defiende que las administraciones deberían implicarse más: «Así como hay orquestas públicas clásicas, debería haber una big band nacional ligada a RTVE, y orquestas autonómicas de jazz. Sería un paso natural».

Concluye con optimismo: «El futuro del jazz en València está asegurado. La cantera es buenísima, la energía existe y las iniciativas funcionan. Yo lo compruebo cada vez que subo al escenario con los chavales de la **Jove Big Band**: suenan increíblemente bien. Eso me da toda la confianza en lo que viene». ●

RETOS DE FUTURO EN LA PRODUCCIÓN DE ESPECTÁCULOS



★ Iván Labarta Oller

Jefe de producción y eventos

Cuando escribo estas líneas la sombra de una nueva dana se cierne sobre Valencia. Esos fantasmas que conocimos durante la pandemia, que asomaron otra vez en otoño de 2024, y que posiblemente vuelvan a aparecer en una fecha incierta, amenazan en forma de aplazamientos, cancelaciones, pérdidas e incertidumbre.

Aquel fenómeno meteorológico tuvo un impacto indudable en el sector de la música en directo y en la producción de espectáculos. Quizás el más trágico, aunque nunca por encima de la pérdida de vidas humanas, fue el daño directo a equipamientos técnicos y logísticos de proveedores instalados en las zonas afectadas por la riada. Fueron días y meses duros: tratar de recuperar materiales seriamente dañados o directamente inservibles; restablecer las condiciones de trabajo de naves, almacenes, espacios culturales y salas de ensayo; y reprogramar o suspender definitivamente eventos. Todo ello se tradujo en pérdidas económicas para promotores, programadores, técnicos, artistas y proveedores.

Además de los perjuicios materiales, la incertidumbre meteorológica creciente añade un nuevo factor de riesgo a la planificación de eventos culturales. La falta de seguros específicos y planes de contingencia adecuados agrava la vulnerabilidad del sector frente a fenómenos climáticos extremos cada vez más frecuentes.

A futuro, uno de los grandes retos será adaptar la infraestructura de producción a estos nuevos escenarios climáticos. Esto implica invertir en tecnología resistente, mejorar los protocolos de seguridad y fomentar la colaboración entre instituciones públicas y privadas para garantizar la continuidad del calendario cultural. También será clave desarrollar estrategias de prevención y flexibilidad contractual que permitan una respuesta rápida ante situaciones de emergencia. Sólo de esta manera protegeremos tanto al público como a los profesionales implicados. ●

Sebastián Yatra.
Roig Arena. València. Septiembre 2025.
Cortesía de Visit València.



ROIG ARENA, UN RECINTO PARA SUMAR EN EL ECOSISTEMA VALENCIANO

★ Víctor Sendra

Director general del Roig Arena

Roig Arena es la novedad del año en València y la Comunitat Valenciana. La instalación ya forma parte de la conversación de todos y debemos mostrar nuestra satisfacción por este interés, que muestra el acierto que supone que este proyecto haya visto la luz. En los cerca de tres meses que llevamos ya abiertos, desde el Roig Arena no podemos hacer otra cosa que dar las gracias: tanto al público, que está respondiendo fabulosamente; como a toda la industria musical, con la que estamos trabajando de cerca y de la que tanto aprendemos.

Y la buena marcha del Roig Arena no es casual: València ha respondido con entusiasmo, madurez cultural y un profundo respeto por la música. Cada concierto, cada producción y cada *sold out* no serían posibles sin el trabajo previo de quienes han sostenido esta

industria durante décadas: los promotores valencianos y las salas, que lo han hecho muy bien alimentando la vida musical de la ciudad. Los promotores valencianos, grandes y pequeños, han arriesgado, han creído en los artistas antes de que fueran masivos, han construido públicos y han situado nuestra ciudad en el mapa a base de trabajo.

El Roig Arena no llega para sustituir nada de eso. El Roig Arena llega para sumar. Para ofrecer nuevas posibilidades al poder acoger desde pequeños conciertos

hasta otros para 20.000 espectadores; para atraer giras que en otros momentos quizá era más complicado que recalaran en València; para acoger, de la mano de los promotores valencianos, nuevas propuestas musicales; y para reforzar un ecosistema que ya era extraordinario mucho antes de que encendiéramos nuestros focos por primera vez. Nuestro éxito es, en realidad, el éxito acumulado de toda una industria. Roig Arena se suma a ella con el objetivo de seguir construyendo el futuro juntos. ●



Víctor Sendra

Roig Arena. València.
Foto: Hufton + Crow

El Roig Arena llega para ofrecer nuevas posibilidades al poder acoger desde pequeños conciertos hasta otros para 20.000 espectadores

VALÈNCIA MUSIC CITY

LA. Fira Valenciana de la Música Trovam. La Bohemia.
Castellón de la Plana. Noviembre 2025. Foto: Carlos Part.



ENTREVISTA A JUAN PABLO VALERO

Director general comisionado de *València Music City*: «Nuestra estrategia pone la música en primer plano junto a la Educación, la Sanidad o el Urbanismo»

* Álvaro Devís

Periodista de CulturPlaza



Juan Pablo Valero



El pasado mes de marzo, el Ayuntamiento de València recuperaba el sueño de ser *music city*. No se trata de una etiqueta, sino de desarrollar una estrategia para poner la gestión y la promoción de la música en el centro de las políticas municipales. La hoja de ruta ha sido diseñada por **José María Nácher** y **Paula Simó**, de la Universitat de València, pero el encargado de hacerla realidad es **Juan Pablo Valero**, designado en mayo director general comisionado de *València Music City*.

— ¿Qué significa para una ciudad contar con una estrategia como *València Music City*?

— Significa poner la música en el tablero de la gestión política; y todo lo que sea visibilizar supone darle valor. Aunque la música está presente en la gestión de muchas ciudades, la estrategia propone hacerlo de manera independiente a la concejalía de Cultura, o incluso por encima de ella, como un eje transversal que afecta a todas las áreas de gobierno y a los distintos aspectos que regulan la vida urbana.

Tener una estrategia que sea transversal y de ciudad implica rescatar la música del olvido, sacarla del filtro de la gestión cultural y situarla en primer plano junto a ámbitos tan relevantes como la Educación, la Sanidad, el Urbanismo o la propia Cultura.

— Cuando se habla de estrategia en sectores culturales, suele pensarse en subvenciones o en industria cultural. Sin embargo, *València Music City* parece querer ir más allá. ¿Hasta qué punto abarca el hecho musical esta estrategia?

— Creo que eso está muy bien recogido en la estrategia elaborada por la Universitat de València, que definió cinco líneas estratégicas desarrolladas en distintos objetivos operativos. Todas son igual de importantes. Desde el fomento de la música en directo —que es el eje principal— hasta la mejora de la empleabilidad y la figura del músico. También se incluyen aspectos sociales, como la diversidad y la participación ciudadana, que son fundamentales.

Otros objetivos pasan por potenciar la imagen internacional de la ciudad desde áreas como el Turismo; o por mejorar la gobernanza, es decir, la manera en que se articulan las relaciones entre la industria musical y la gestión urbana. Estos cinco ejes manifiestan cómo se implementa la estrategia musical dentro de la vida de la ciudad.

— Habéis creado diferentes grupos de trabajo, entre ellos uno dedicado a la música moderna, donde estarían los festivales, por ejemplo. ¿Se ha avanzado

ya en ese ámbito? ¿Qué urgencias ha señalado el sector?

— La estrategia cuenta con un órgano principal, el Comité Asesor de la Música, del que se desprenden distintos grupos que abordan de forma específica las problemáticas de cada sector. El primero que convocamos fue el de música moderna, y diría que es el que más ha avanzado. Es probablemente el más complejo, porque la gestión y logística de los eventos que organizan es mucho más complicada que en la música clásica, que suele realizarse en recintos específicos. En cambio, la música moderna trabaja en muchos formatos: festivales, salas de conciertos, actuaciones al aire libre... Su logística es mucho más diversa.

En este primer grupo de trabajo tuvimos una reunión con el sector para recoger urgencias y creo que hemos podido abordar prácticamente todas. Una de ellas era la necesidad de una ventanilla única para la tramitación y simplificación administrativa. En ese sentido hemos avanzado mucho: ya hemos conseguido negociar un calendario unificado de eventos en la ciudad, lo que permite que la reserva de espacios se automatice y sea más rápida. Además, hemos ampliado el margen de reserva de un año a un año y medio, con posibilidad de llegar a dos años en algunos casos.

También hemos trabajado en la elaboración de tres proyectos marco de preautorización según distintos niveles de equipamiento. Así, cuando un promotor solicite la ocupación de un espacio a Urbanismo, no tendrá que redactar desde cero la memoria técnica, sino que podrá acogerse a una ya existente. Eso reduce costes y agiliza trámites.

Otro tema importante ha sido la limitación acústica a 90 decibelios, que es una problemática para el sector. Hemos consensuado que la medición no se haga desde la fuente de sonido, sino desde un punto acordado con el sector —la mesa de sonido— a una distancia determinada, para que la restricción sea más flexible.

Y, por último, hemos avanzado en materia de financiación: se ha lanzado la

principal espacio destinado a ello, que es Marina Norte; y vamos a acometer una adecuación para hacerlo más efectivo y amable para este tipo de eventos. Además, hemos implementado medidas como que la tasa de ocupación no se pague al 100% durante los períodos en los que no se esté utilizando el escenario, algo que beneficia a los promotores que aprovechan la misma infraestructura sin incurrir en el coste completo.

Paralelamente, estamos buscando nuevos espacios para conciertos al aire libre, tanto dentro de la ciudad como en el área metropolitana. Creo que hay cierto optimismo: no estamos peor que cuando empezó la estrategia —quizá aún no mucho mejor, pero la dirección es la adecuada.

Otra cosa positiva de tener una estrategia es que existe una persona responsable de su gestión. Antes todo estaba muy disperso entre distintas áreas del Ayunta-

miento, y no había una figura visible que actuara como intermediario entre el sector y la administración. La falta de un único interlocutor obligaba al sector a ir de concejalía en concejalía repitiendo su situación una y otra vez. Centralizar la gestión, también en la búsqueda de espacios, facilita mucho las cosas.

— Mediáticamente se atiende mucho a los géneros populares, pero no tanto a la música sinfónica, por ejemplo. ¿Cómo se aborda esa necesidad de reconocimiento de otros géneros que también son música en directo?

— A través de la creación de un nuevo grupo de trabajo. En el caso del de música clásica, se trata de buscar también circuitos o espacios que escapen un poco de los grandes centros de programación que ya tenemos: el operístico, que es Les Arts, y el sinfónico, que es el Palau de la Música. Aunque la actividad de la música clásica parece bien atendida por estas infraestructuras, el sector reclama dinamismo.

«Tener una estrategia que sea transversal y de ciudad implica rescatar la música del olvido»

primera convocatoria de ayudas de *València Music City*, y prácticamente todos los festivales y promotores más consolidados de la ciudad han podido acogerse a ella y recibir apoyo para proyectos ya en marcha. Creo que el sector está muy satisfecho y que hemos conseguido progresar en varios frentes importantes.

— Es un momento muy concreto para la ciudad de València: se espera que la apertura del Roig Arena dinamice más la oferta de música en directo, especialmente el pop; también están Les Arts y el Palau de la Música ofreciendo algunas de sus mejores programaciones. Por otra parte, sigue existiendo ese problema que parece irresoluble a corto plazo como son los espacios al aire libre en València. ¿Haces una lectura optimista del momento actual, más allá de la radiografía más obvia de «València es música»?

— Sí. El problema de los espacios al aire libre lo estamos trabajando: ahora mismo tenemos una propuesta de mejora para el

«La falta de un único interlocutor obligaba al sector a ir de concejalía en concejalía repitiendo su situación una y otra vez»

Como músico, tengo la impresión de que no existe un circuito más accesible o reducido, pensado para la formación o para la música de cámara y solista de pequeño y mediano formato. Es como la pequeña y mediana empresa dentro del ámbito musical. Es cierto que el Palau de la Música tiene una sala más dedicada a cámara -la Sala Rodrigo-, pero su disponibilidad y programación son limitadas.

Existe un volumen de músicos de pequeño y medio formato que siempre están buscando un circuito o un espacio que no terminan de encontrar. A veces, los municipios del área metropolitana programan este tipo de música, porque se ajusta a sus recursos, pero esos mismos grupos no encuentran dónde tocar en València: o llenas una sala como la Rodrigo o no tienes opción.

Por eso, uno de los objetivos será identificar y aprovechar esos formatos, y otro será dar a conocer los espacios de la ciudad que ya existen pero que los músicos no conocen o no están bien conectados con el sector, como los centros culturales o programas como «Cultura als Barris» y «Cultura a les Pedanies».

— En música moderna se dialoga con un sector muy organizado. En la clásica, en cambio, se habla más directamente con los artistas. ¿Es importante que esa interlocución y ese trabajo se hagan con todas las capas de la música en directo —sector empresarial, artistas y público—?

Entiendo que la tercera pata, el público, es la más difícil de incorporar orgánicamente a la estrategia.

— Sí, el público es la parte más complicada. Pero antes haría un matiz sobre lo que

comentas. Se habla mucho de música moderna porque ese sector cuenta con canales, federaciones y asociaciones, algo que nunca ha existido entre los músicos clásicos. Ha habido varios intentos, el último es MUSACC, pero la realidad es que no hay una estructura estable de interlocución: el diálogo es directamente con los artistas.

Como músico clásico, tengo mi propio diagnóstico: el músico clásico tiende a ser muy individualista. Tampoco se ha desarrollado una estructura de *management* o representación tan eficiente como la que sí han logrado los promotores de música moderna. Aunque los personalismos también existen en el pop o el rock, el sector de la industria y la gestión se ha sabido organizar. En la música clásica, ni los artistas se han agrupado bien —algo comprensible por ese carácter personalista— ni los promotores han asumido un papel tan activo en la programación.

El músico clásico muchas veces sigue siendo su propio promotor, librando su batalla personal estrenando programas de concierto. En el Ayuntamiento he recibido a muchos artistas directamente, sin intermediación de un promotor. No hemos conseguido construir una estructura industrial tan sólida como la de la música moderna, y eso dificulta mucho la interlocución con el sector. Veremos qué ocurre con MUSACC, si consigue reunir el mundo de la representación y el del artista.

En cuanto a la tercera pata, la del público, sí, es difícil. Queremos poner en marcha algún tipo de estudio o canal participativo para conocer los gustos y el compromiso del público; algo así como una encuesta de opinión política.

— ¿Qué parte del trabajo de este proyecto ya estaba hecho? Se plantea una estrategia musical porque València ya tenía un tejido musical importante y un papel relevante en la sociedad. El *Anuario de la Música en la Comunitat Valenciana*, de hecho, deja muy clara esa importancia. ¿Te ha sorprendido constatar, desde dentro, ese peso de la música en la ciudad?

— Sí, había mucho hecho. De hecho, lo que más estaba hecho era la programación. Yo siempre digo que la estrategia no es una unidad de programación musical, sino una unidad de gestión musical. Las unidades programadoras siguen siendo las mismas, y funcionan muy bien, pero no estaban unificadas.

La actividad en música moderna es potentísima, y la ciudad de València es pionera dentro de ese marco. El turismo musical está muy consolidado tanto por el Palau de les Arts como por el Palau de la Música, y las salas de conciertos en vivo funcionan de maravilla. Lo que faltaba era una unificación.

El ciudadano no puede acceder de manera global a todo lo que hay, porque cada sector ha ido trabajando por su cuenta, desde la música de cámara hasta la moderna. La estructura de programación ya existe; ahora se trata de coordinarla, visibilizar a todos los grupos y gestionarlos de forma más eficiente para que la ciudadanía perciba una agenda musical completa de la ciudad. Eso es lo que aún no hemos conseguido y lo que quiero lograr: una agenda musical unificada, un buen mapa de la ciudad musical. Que todo el esfuerzo y la inversión económica en la apuesta por la música se visualicen y lleguen al público de manera estructurada y ordenada. Si no, cada uno sigue librando su batalla, pero sin una estructura que optimice el rendimiento. ●



Feria de Julio.
Jardines del Palau de la Música. València.
Cortesía de Visit València.

VALÈNCIA MUSIC CITY: UNA ESTRATEGIA PARA SITUAR LA MÚSICA EN EL CORAZÓN DE LA CIUDAD

* Nieves Pascual León

Subdirectora de Música
(Palau de la Música de València)

València se encuentra en un momento clave para consolidar su posición como una de las capitales culturales más dinámicas del Mediterráneo. La música, elemento profundamente arraigado en la identidad colectiva valenciana, se erige hoy en un eje estratégico de desarrollo económico, social y urbano. En este contexto surge *València Music City*, una iniciativa que persigue integrar todo el potencial musical de la ciudad bajo una visión unificada, sostenible e innovadora, capaz de proyectar València en el mapa internacional de las grandes ciudades musicales.

La estrategia *València Music City* parte de una constatación: la música no solo es cultura, también es industria, talento, turismo, innovación y cohesión social. Desde las sociedades musicales hasta las startups tecnológicas, pasando por los festivales, sa-

las, conservatorios, sellos independientes y promotores, el ecosistema valenciano es tan diverso como fértil. Sin embargo, su crecimiento exige una planificación que conecte las distintas piezas del sector y refuerce su capacidad de cooperación. La estrategia pretende justamente eso: articular políticas que favorezcan la profesionalización, la sostenibilidad y la proyección exterior del conjunto del tejido musical.

En este marco, el Palau de la Música de València ocupa un papel esencial. Como institución emblemática y centro neurálgico de la vida musical valenciana, el Palau no solo es un referente artístico, sino también un catalizador de proyectos, un espacio de encuentro y un motor de pensamiento. Su reciente renovación lo sitúa en una nueva etapa que trasciende la programación de conciertos: el Palau aspira a ser un laboratorio de ciudad, un punto de convergencia entre la creación, la formación, la gestión cultural y la innovación. Dentro de la estrategia *València Music City*, el Palau se consolida como epicentro simbólico y operativo, articulando sinergias entre el ámbito público y privado, y conectando la tradición musical valenciana con las nuevas tendencias globales.

El impacto potencial de esta estrategia en el sector musical valenciano es amplio. Por un lado, fomenta la competitividad del tejido profesional, mejorando las condiciones de producción, distribución y visibilidad de los proyectos locales. Por otro, impulsa la atracción de talento y eventos de alcance internacional, reforzando la marca Valèn-

El Palau aspira a ser un laboratorio de ciudad, un punto de convergencia entre la creación, la formación, la gestión cultural y la innovación

cia como destino musical y cultural de primer nivel. Además, la integración de la música en las políticas urbanas contribuye a dinamizar barrios, reactivar espacios patrimoniales y favorecer una economía creativa más diversificada y sostenible.

València Music City también plantea una dimensión social y educativa de gran relevancia. La música se entiende como un instrumento de inclusión y bienestar, capaz de fortalecer la identidad comunitaria y promover valores de igualdad, diversidad y participación. En este sentido, la colaboración entre instituciones -desde el Palau de la Música hasta los distintos conservatorios, universidades, sociedades musicales y centros formativos- resulta clave para construir una red sólida que conecte la base ciudadana con la excelencia artística.

El horizonte es claro: situar a València entre las ciudades europeas que han sabido convertir la música en un motor transversal de transformación urbana. *València Music City* no es solo una estrategia cultural, sino una visión de futuro. Un proyecto que entiende que la música puede y debe estar en el centro de la vida de la ciudad, impulsando su economía, su creatividad y su proyección internacional. En esa partitura colectiva, el Palau de la Música toca una nota fundamental: la de una València que suena con más fuerza, más conexión y más identidad que nunca. ●

Nieves Pascual León



DE LA VOLUNTAD COMPARTIDA A LA ACCIÓN: CÓMO CONSTRUIMOS LA ESTRATEGIA VALÈNCIA MUSIC CITY 25-30

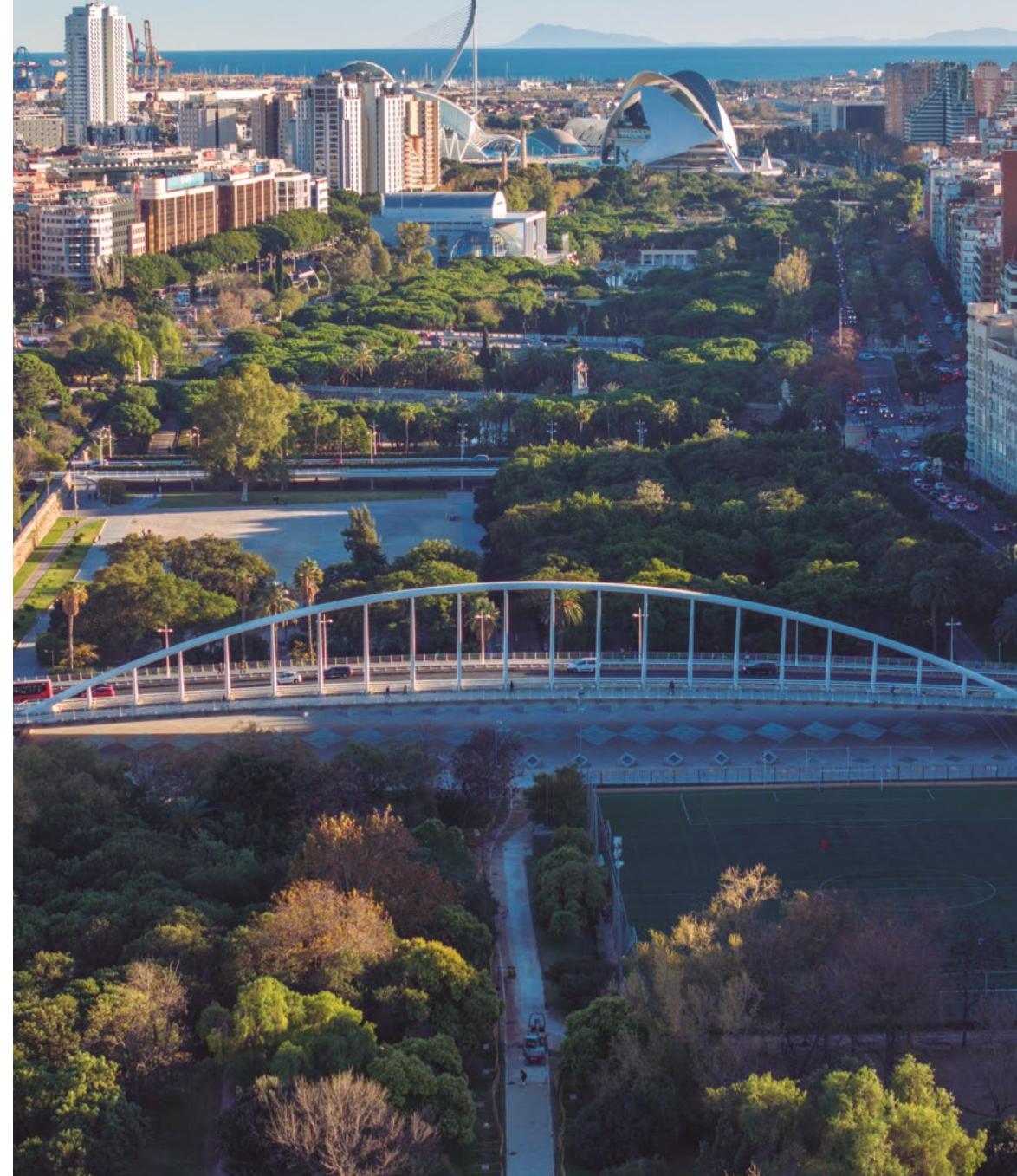


* Paula Simó

Universitat de València, Música
para el Desarrollo

En 2024, València dio un paso decisivo en su manera de entender la relación entre música y ciudad. Desde la Universitat de València, mediante la Unidad de investigación Música para el Desarrollo, asumimos el encargo de acompañar al Ayuntamiento en la elaboración de una estrategia que situara la música en el centro de la política pública. No se trataba de redactar un proyecto cultural más, sino de responder a una demanda largamente expresada por el propio sector: contar con un plan que ordenara, cohesionara y diera continuidad al trabajo que la ciudad ya venía realizando en torno a la música.

Jardines del Turia. València.
Cortesía de Visit València.



Desde la Unidad de investigación llevábamos años estudiando precisamente esa intersección entre música y política pública, y colaborando con distintas administraciones para promover una visión estructural de la política musical. En 2023, además, València se incorporó a la Music Cities Network, una red transnacional de ciudades que reconocen la música como motor de desarrollo urbano. Ese paso consolidó el compromiso político y reforzó la necesidad de contar con una estrategia propia.

La estrategia *València Music City 25-30* surgió así de la coincidencia de varias condiciones favorables. Por un lado, la fortaleza de un ecosistema musical diverso, profesional y preparado; por otro, la voluntad política de un Ayuntamiento decidido a integrar la música en su Agenda Urbana, no como un elemento complementario, sino como una herramienta de transformación transversal. Entre mayo de 2024 y enero de 2025 trabajamos en un proceso de diagnóstico, diálogo y diseño colectivo que culminó en un documento de consenso para los siguientes años.

Cómo trabajamos: participación, metodología y visión compartida

Desde la universidad asumimos un papel de mediación y facilitación. Nuestro objetivo era garantizar que la estrategia naciera desde lo público, pero con la implicación real de quienes sostienen la vida musical de la ciudad. Diseñamos un proceso basado en tres principios: escucha, coordinación y acción.

En primer lugar, establecimos un marco de colaboración estable entre la Universitat de València y el Ayuntamiento de València. Esto permitió alinear las labores técnica, política y académica. A partir de ahí, definimos una metodología de trabajo participada que reconociera la pluralidad del ecosistema musical valenciano.

Entendemos ese ecosistema no como un conjunto de sectores independientes, sino como una red interconectada que reúne a instituciones públicas, profesionales, asociaciones, recintos y espacios, escuelas y conservatorios y ciudadanía. Por eso, escuchamos a una amplia diversidad de agentes: sociedades musicales y federaciones, salas de conciertos, promotoras y festivales, músicos independientes, conservatorios y centros educativos, proyectos sociales y ONGs, así como entidades culturales y empresariales vinculadas a la hostelería, el turismo y el comercio.

También incorporamos la voz de las instituciones públicas clave en la estructura cultural y administrativa local y autonómica: el Palau de la Música, el Palau de les Arts, la Diputación de València, el Institut Valencià de Cultura, Turisme Comunitat Valenciana, Visit València y las universidades públicas, además de la Federación de Asociaciones de Vecinos y Vecinas, que aportó la perspectiva ciudadana.

En total realizamos más de setenta entrevistas en profundidad, dos grupos de trabajo temáticos -uno sobre coordinación institucional y otro sobre desarrollo económico y profesional- y un foro final del proceso participativo con más de un centenar de asistentes. Estos encuentros sirvieron para validar las conclusiones, detectar nuevas necesidades y confirmar la amplitud del consenso.

El proceso nos permitió identificar patrones comunes: la necesidad de optimizar la coordinación entre administraciones, de mejorar la seguridad jurídica para los profesionales de la música, de reforzar la innovación musical, de profesionalizar los circuitos de música en vivo y de aprovechar el potencial turístico y social de la música sin perder su identidad. También puso sobre la mesa algo esencial: la capa-

Nuestro trabajo fue dar coherencia a las demandas, ideas y proyectos del ecosistema y ofrecer una visión compartida de futuro

cidad de la música para generar cohesión, bienestar y sentido de pertenencia en los colectivos más desfavorecidos.

Con toda esa información elaboramos una hoja de ruta estructurada, con objetivos estratégicos, líneas de actuación, acciones concretas e indicadores de evaluación. La estrategia debía servir para conectar y fortalecer lo que ya existía, no para sustituirlo. Nuestro trabajo fue dar coherencia a las demandas, ideas y proyectos del ecosistema y ofrecer una visión compartida de futuro, construida junto a quienes hacen posible la música en la ciudad.

La guinda del proceso participativo fue el acto de presentación pública celebrado en el Palau de la Música, en marzo de 2025, que reunió a más de quinientas personas entre representantes institucionales, profesionales del sector, empresariado, asociaciones y ciudadanía. Aquel encuentro no fue una mera formalidad, sino una validación colectiva del trabajo realizado. Por primera vez, la ciudad presentaba una hoja de ruta común en materia de política musical, fruto del trabajo compartido entre instituciones, sector y ciudadanía.

De la escucha al diseño: los pilares de la estrategia

El documento estratégico *València Music City 25-30* fue aprobado a comienzos de 2025. Desde el primer momento lo concebimos no como un texto cerrado, sino como un instrumento de trabajo vivo y operativo, pensado para evolucionar junto al sector y a la propia ciudad.

Así, la estrategia se articula en torno a cinco grandes ejes que definen un modelo integral de política musical. El primero se centra en la música en vivo y los espacios, con el objetivo de reforzar la programación, descentralizar la oferta cultural y promover la colaboración entre el ámbito público y el privado. El segundo eje aborda la profesionalización del sector, apostando por la formación, la innovación, el emprendimiento y la generación de empleo estable.

El tercer eje sitúa la educación y la participación ciudadana en el centro de la acción pública, entendiendo la música como herramienta de inclusión, aprendizaje y bienestar. El cuarto se dedica al turismo musical y la proyección internacional, con el propósito de posicionar València como un destino de referencia, articulando cultura, sostenibilidad y hospitalidad. Finalmente, el quinto eje plantea un sistema de gobernanza y evaluación que asegure la continuidad, la transparencia y la medición del impacto real de las políticas musicales. En conjunto, conforman una hoja de ruta que aborda la música no sólo como un ámbito artístico o cultural, sino como una dimensión estructural de la vida urbana.

Aprobado el documento, la siguiente fase consistió en llevar las líneas estratégicas al terreno práctico.

De la planificación a la acción

Pocos meses después de la aprobación del documento comenzaron los primeros pasos de su implementación. Se constituyó el Comité asesor de la música, un órgano de gobernanza participativa que reúne a representantes del sector y de la administración. También se han ido creando paulatinamente mesas de trabajo temáticas sobre música tradicional, música moderna, música clásica, educación y salud, espacios donde se definen y coordinan las acciones específicas.



The K's. Delest Festival.
Jardines de Viveros. València. Mayo 2024.
Foto: María Carbonell. Cortesía de Just Life Music.

Paralelamente, se ha nombrado un nuevo director de la estrategia y se ha establecido la Oficina *València Music City*, con sede en València Innovation Capital (Las Naves), encargada de la coordinación técnica y de impulsar la cooperación entre instituciones.

El paso de la planificación a la acción ha demostrado la solidez del modelo y la capacidad de llevar a la práctica un consenso amplio.

Mirando hacia adelante

Con la aprobación de la estrategia y el inicio de su implementación, comienza una nueva etapa. *València Music City 25-30* deja de ser un proyecto en papel para convertirse en una política pública en marcha. Su desarrollo confirma que la planificación estratégica puede convivir con la creatividad y adaptarse a las dinámicas reales del sector.

Desde la Universitat de València continuamos acompañando esta evolución, aportando investigación, seguimiento y evaluación. Nuestro trabajo ahora consiste en observar cómo las líneas definidas se traducen en acciones, cómo se fortalecen las alianzas y cómo la música se integra de forma estable en la gestión urbana. El horizonte de 2030 actúa como referencia temporal, pero el verdadero valor de la estrategia está en su capacidad de adaptación y mejora continuos.

El éxito de este proceso no se mide solo por los resultados inmediatos, sino por la capacidad de mantener en el tiempo el diálogo entre instituciones, sector y ciudadanía. Esta continuidad es su verdadera fuerza. La estrategia ha demostrado que la participación no es un paso previo ni un gesto simbólico, sino una forma de gobernanza efectiva: una manera de construir política pública desde la cooperación y la escucha activa.

València ha dado un paso decisivo al incorporar la música a su modelo de ciudad. Lo que antes era una aspiración de muchos se ha convertido en una acción pública con resultados visibles. *València Music City 25-30* no es un cierre, sino un punto de partida: un marco de trabajo abierto y plural que seguirá evolucionando y que demuestra que la música puede ser, al mismo tiempo, un lenguaje común y una herramienta de desarrollo social, económico y territorial. ●

VALÈNCIA: UN MODELO DE DESARROLLO URBANO IMPULSADO POR LA MÚSICA

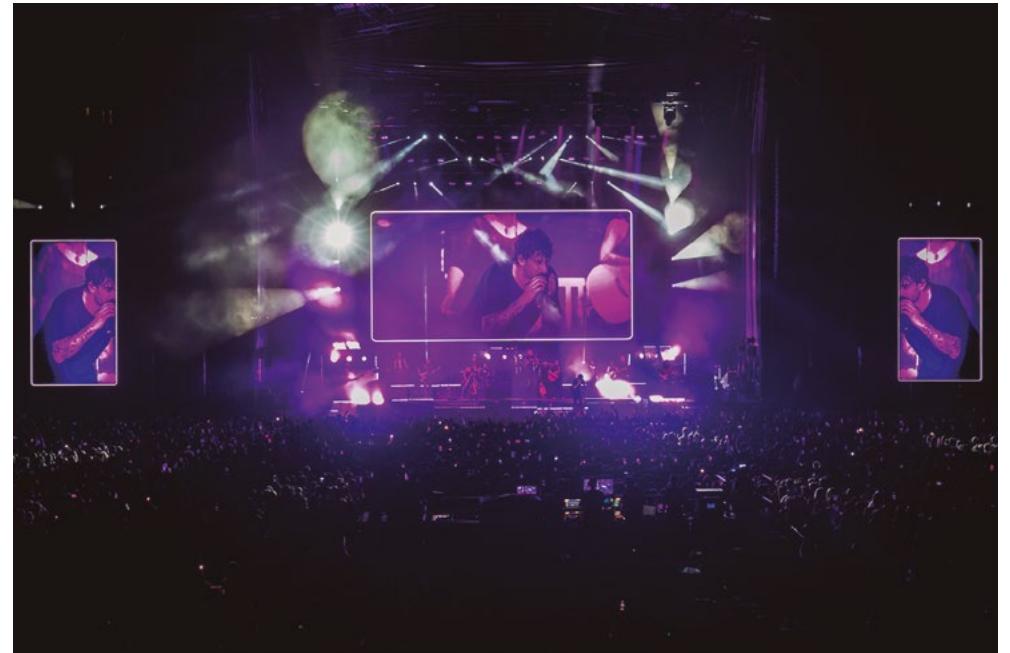
En València, la música no solo suena: inspira, conecta y transforma una ciudad entera



* Lena Ingwersen

Directora general de Music Cities Network

Melendi. Concierto benéfico por la dana. Estadio Ciutat de València. Junio 2025. Foto: Rubén Salcedo. Cortesía de Territorio Musical.



En toda Europa, las ciudades están abrazando el poder de la música, no solo como arte o industria, sino como un lenguaje común que conecta a las personas y fortalece a las comunidades. Como directora general de Music Cities Network (MCN), he visto cómo la música puede transformar la manera en que las urbes piensan sobre sí mismas. Entre todos nuestros miembros, València destaca como una localidad donde esta visión se está convirtiendo en realidad: un lugar donde la música se ha erigido en un motor estratégico para el desarrollo cultural, social, económico y cívico.

València, como miembro de la MCN, aporta equilibrio tanto geográfico como cultural a la conversación musical europea. Demasiado a menudo, los debates y los proyectos piloto se concentran en el norte y el oeste del continente. El ejemplo de València nos recuerda que ecosistemas vibrantes y con visión de futuro están floreciendo en el sur, y que estas ciudades no solo están alcanzando a otras, sino que están liderando el camino con confianza.

Lo que hace que València sea extraordinaria es la claridad y coherencia de su trayectoria. La *Estrategia Musical de València 2025-2030*, desarrollada por la Universitat de València, ha creado un marco inclusivo y basado en evidencias para la acción a largo plazo. La creación de la Valencian Music Office -resultado directo de esa estrategia y de nuestra



colaboración desde 2020- demuestra cómo la investigación académica, la voluntad política y las comunidades creativas pueden unirse para lograr avances concretos. Pocas ciudades convierten los planes en realidad con tanta rapidez y autonomía.

La comunidad musical de València es un reflejo de la misma ciudad: vibrante, diversa y conectada globalmente. A través de su participación en la Music Cities Network, València aporta continuamente nuevas energías e ideas: desde la promoción de condiciones laborales más justas y la inclusión, hasta la puesta a prueba de políticas culturales sostenibles y modelos turísticos creativos. València no solo participa: moldea la conversación y asume un papel protagonista.

En la MCN estamos orgullosos de trabajar junto a València y aprender de su ejemplo. La ciudad encarna lo que llamamos un ecosistema musical vivo: uno donde artistas, educadores, responsables políticos, investigadores y ciudadanos colaboran para imaginar un futuro cultural más resiliente e inspirador. En tiempos de

transformación social y medioambiental, València demuestra que una estrategia urbana impulsada por la música no es una aspiración, sino algo esencial.

La Music Cities Network (MCN) es una asociación global sin ánimo de lucro que conecta ciudades que utilizan la música como herramienta para el desarrollo urbano, la innovación y la inclusión. Con orígenes en 2016 y fundada en 2022, reúne a municipios y organizaciones musicales locales de Europa y del mundo para compartir conocimientos, desarrollar capacidades y probar nuevos enfoques políticos. Nuestro objetivo es sencillo, pero ambicioso: garantizar que la música sea reconocida como una parte esencial de la vida urbana, tan vital como la vivienda, la movilidad o la sostenibilidad. En este marco transnacional, cada una de las 16 ciudades que forman parte de la entidad actualmente aporta sus propias experiencias a un laboratorio colectivo de ideas. València se unió a la red en 2020 y representa al sur de Europa con energía, estructura y visión. ●

Editors. Delest Festival.
Jardines de Viveros. València. Mayo 2024.
Foto: Susana Godoy. Cortesía de Just Life Music.



The Molotovs.
16 Toneladas. València. Diciembre 2025.
Foto: Rhyan Paul. Cortesía de Just Life Music.

Mardi Grass en el Cabanyal.
València. Febrero 2024.
Foto: Josep Gil.

● JOSÉ LUIS MORENO

Concejal de Acción Cultural, Patrimonio y
Recursos Culturales del Ayuntamiento de València

Diez años musicales de «Cultura als barris»

«Cultura als barris» cumple este año su décima edición. Es un proyecto que busca descentralizar la cultura y expandirla por toda la ciudad llegando a sus barrios y pedanías. «Cultura als barris» lleva en su programación todo tipo de modalidades culturales: desde cuentacuentos al cine, desde el circo a la danza, y, cómo no, la música, que es la columna vertebral de la cultura valenciana. La estrategia de ciudad implantada a través de *València Music City* ha reforzado este compromiso de la capital con la música y sus músicos con una programación específica para el proyecto de «Cultura als barris».

Las sociedades musicales de la ciudad, esencia de la vida cultural valenciana, han estado siempre presentes en su programación. Además, se han incluido todos los géneros musicales para así llegar a todos los públicos. La música pop, los conciertos teatralizados, el *rock*, los tributos y homenajes a grupos e intérpretes míticos, el *jazz*, los espectáculos para público infantil, las melodías que acompañaban a los bailes de salón, cuentos musicales, el tango, nuestras dolçaina i tabalet, los *remember*, el *swing*, la didáctica a través de la música, las baladas, la ópera, la música de cámara, la lírica, la música de las bandas sonoras del cine; son solo algunos ejemplos de todas las actividades musicales que recorren la programación de «Cultura als barris». Y, además, son la prueba de la apuesta de este Ayuntamiento por la música en las actividades culturales que organiza. València es música y la música es València: dos elementos inseparables. ●

José Luis Moreno



LA REALIDAD MÁS ALLÁ DEL ROIG ARENA

★ Daniel Molina

Director del Deleste Festival y de la promotora Just Life Music



València vive un momento de entusiasmo gracias a la llegada del Roig Arena, un recinto que ha permitido atraer conciertos y artistas internacionales que antes no contemplaban la ciudad por falta de infraestructuras adecuadas. La respuesta del público ha sido inmediata: avalanchas de entradas vendidas y un creciente interés nacional e internacional que posiciona a València como un destino emergente dentro del turismo musical. Sin embargo, este éxito no debería ocultar un problema estructural que la ciudad arrastra desde hace años: la carencia de recintos suficientes y bien gestionados para acoger eventos de gran formato.

La mayoría de las giras internacionales se concentran en verano y, por su naturaleza, muchos artistas optan por producir espectáculos diseñados específicamente para espacios abiertos. En este punto, València sigue rezagada. Históricamente, los «Conciertos de Viveros» han sido la referencia estival de la ciudad y un ejemplo de colaboración público-privada que llegó a situar el festival en el radar de los programadores nacionales. No obstante, el modelo actual muestra claros signos de agotamiento: lentitud institucional, di-

ficultades para confirmar fechas y falta de una dirección artística sólida. Esto provoca que numerosos artistas, principalmente internacionales, deban renunciar a actuar en el *Cap i Casal*, lo que repercute en carteles menos atractivos, descenso de asistencia y pérdida de prestigio internacional.

Ante la ineeficacia del modelo de Viveros, han surgido iniciativas privadas como «Nits Voramar» o «Far València» que buscan cubrir este vacío. Aunque estas propuestas ayudan a generar una escena y atraer talento, también abren debates sobre



Mike Scott de The Waterboys.
Roig Arena. València. Diciembre 2025.
Foto: Rhyan Paul. Cortesía de Just Life Music.

la gestión de espacios públicos: ¿es adecuado que un solo promotor controle durante semanas un recinto municipal? ¿Cómo afecta esto a la competencia, al libre mercado o a la diversidad cultural? A estas dudas se suman otros obstáculos que encuentran los artistas internacionales: restricciones acústicas, tasas de ocupación poco razonables y problemas logísticos que no existen en otras ciudades de España o del extranjero. Todo ello limita la capacidad de la capital del Turia para consolidarse como un referente en los circuitos musicales globales.

A pesar de estas dificultades, el futuro puede ser prometedor. La ciudad cuenta con una industria musical profesional, talentosa y reconocida, con promotores de primer nivel y algunos de los mejores festivales del país. Sin embargo, falta un verdadero plan de ciudad que ordene la gestión de los espacios públicos y favorezca la diversidad cultural. El talento existe; lo que falta es que las instituciones permitan su desarrollo. El futuro de València dependerá, en gran medida, de la visión con la que se afronten estos retos. ●

VALÈNCIA, DEL CIRCUITO NACIONAL AL MAPA GLOBAL DE LOS GRANDES CONCIERTOS

★ Nacho Córdoba

Head Promoter de Live Nation Spain



Desde nuestra perspectiva, València siempre ha sido un destino clave para las giras, tanto por su situación geográfica como por la respuesta del público ante los eventos en directo. La ciudad cuenta con una tradición consolidada de consumo cultural y musical, lo que la convierte en una plaza muy atractiva para artistas nacionales e internacionales.

Además, València ha sido y sigue siendo cuna de festivales y conciertos en enclaves únicos y reconocibles a nivel internacional, como la Ciudad de las Artes y las Ciencias, que han contribuido a posicionar la ciudad en el mapa de los grandes eventos musicales.

En los últimos años, València ha ido evolucionando dentro del circuito de giras, ampliando y diversificando su oferta de recintos y propuestas. El factor que ha supuesto el espaldarazo definitivo para su proyección internacional ha sido la incorporación de un escenario moderno, el Roig Arena, capaz de albergar conciertos con aforos superiores a 15.000 personas y adaptado a los estándares de producción actuales.

Esta nueva infraestructura nos permite, como promotora internacional, proponer València de manera sólida y competitiva para que sea tenida en cuenta en los routings de grandes artistas, sin depender de la climatología y ofreciendo todas las garantías técnicas, logísticas y de producción necesarias.

Todo ello está contribuyendo a que el número de conciertos de artistas internacionales en la ciudad esté aumentando de forma notable, activando así la economía de la ciudad y posicionándose como destino turístico musical, en línea con una tendencia cada vez más consolidada. Además, su situación geográfica refuerza su atractivo dentro de los recorridos de artistas que tradicionalmente se centraban únicamente en Madrid y Barcelona. ●

Trueno. Far València.
Marina Norte. Julio 2025.
Cortesía de Mundosentí2.



DIRECTORIO DE EMPRESAS QUE FORMAN LA FEVIM

**A CONTRATEMPS,
MÚSICA I CULTURA**
acontrattemps.musicaicultura@gmail.com
<https://acontrattemps.es>

ABSOLUTE BEGINNERS
management@absolutebeginners.es
<https://absolutebeginners.es>

**BABEL PRODUCCIONES
Y MANAGEMENT**
babel@babelproducciones.es
<https://babelproducciones.es>

BECAUSE POP'N'ROLL
fedeiman@hotmail.com
<https://www.instagram.com/becausepopnroll/>

CAFÉ MERCEDES
rossymario@yahoo.es
<https://cafemercedes.es>

CASA DE LA MAR
hermes@valmusica.com
<https://lacasadelamar.com>

CERCAVILA
info@cercavila.com
gusma@cercavila.com
<https://cercavila.com>

**EL CAIMÁN PRODUCCIONES
- SLOW CULTURE**
elcaiman@elcaiman.org
<https://elcaiman.org>

EL MICO ENTERTAINMENT
admin@elmico.es
<https://elmico.es>

EL TERRA
Visero@hotmail.com
<https://terraconcerts.com>

EL VOLANDER
elvolander@gmail.com
<https://www.facebook.com/elvolander>

**ESPACIOS IMPREVISTOS
DE CREACIÓN**
info@agenciadistricte.com
<https://agenciadistricte.com>

GAZPATXO FESTCULTURA
info@gazpatxofestcultura.com
<https://www.gazpatxofestcultura.com>

JUST LIFE MUSIC
daniel.molina@justlifemusic.co.uk
<https://www.justlifemusic.es>

LA BOHEMIA
info@metronom.es
<https://metronom.es>

LOCO CLUB
lord@lococlub.es
<https://lococlub.es>

MATADERO
salamatadero@gmail.com
<https://salamatadero.com>

**MEDITERRANEA DE
MARKETING Y PUBLICIDAD
- BEMUSIC**
holaria@bemusic.es
<https://bemusic.es>

MUNDOSENTI2 EVENTOS
lorenzopdb@mundoenti2.com
<https://mundoenti2.com>

NEU AL CARRER
hola@neualcarrer.coop
<https://neualcarrer.coop>

PETER ROCK
javierosqui@hotmail.com
<https://peterrockclub.es>

PRIMAVERA D'HIVERN
info@primaveradh.com
<https://www.primaveradh.com>

PRODUCCIONES BALTIMORE
eleazar@produccionesbaltimore.es
<https://produccionesbaltimore.es>

PRODUCCIONS METRÒNOM
info@metronom.es
luisoscar@metronom.es
<https://metronom.es>

**PROGES XXI
- PRO21CULTURAL**
info@pro21cultural.com
joan@pro21cultural.com
<https://www.pro21cultural.com>

RADIO CITY
oficina@radiocityvalencia.com
<https://radiocityvalencia.es>

ROCK CITY
info@rockcity.es
<https://www.rockcity.es>

**ROTOTOM
- SUNSPLASH**
claudio@rototom.com
<https://rototomsplash.com>

SAGARMANTA
joanvi@sagarmanta.com
<https://sagarmanta.com>

SALA EUTERPE
euterpeenvivo@gmail.com
<https://salaeuterpe.com>

SALA MAREAROCK
salamarearock@gmail.com
<https://linktr.ee/salamarearock>

SALA MATISSE
esther@matisseclub.com
<https://www.matisseclub.com>

SALA REPUBLICA
rafa@territoriomusical.es
<https://territoriomusical.es>

SALA STEREO
conciertos@salastereo.com
<https://www.salastereo.com>

SALATAL
info@salatal.com
<https://linktr.ee/salatalclub>

SALA THE ONE
programaciontheone@gmail.com
<https://theonegrupo.es>

SENA PRODUCTIONS - EL DORADO
PRODUCCIONES MUSICALES
matsena@senaproductions.es
<https://senaproductions.es>

SIMES AUDIO - PRODENAT MUSIC
simes@simesaudio.com
<https://simesaudio.com>

SOTABOSC MÚSICA
sotaboscmusica@gmail.com
<https://sotaboscescenic.com>

SUPORT PRODUCCIONS
info@suportproduccions.com
<https://www.suportproduccions.com>

TEATRE DEL RAVAL
info@lacasacalba.org
<https://teatreravalgandia.org/es/>

TERRITORIO MUSICAL
administracion@territoriomusical.es
<https://territoriomusical.es>

THE MUSIC REPUBLIC
jc.gutierrez@themusicrepublic.es
<https://www.themusicrepublic.es>

TRANQUILO MÚSICA
jota@tranquilomusica.com
<https://www.tranquilomusica.com>

VAN SOUND PRODUCCIONES
hola@vansoundproduccions.com
<https://vansoundproduccions.com>

16 TONELADAS ROCK CLUB
local16toneladas@gmail.com
<https://www.16toneladas.com>



Revolver. Concierto benéfico a favor de los damnificados de la dana «Valencia canta por Valencia». Teatro Olympia. València. Diciembre 2024.



GENERALITAT
VALENCIANA | ACI.
ARA.



INSTITUT
VALENCIÀ
DE CULTURA

FEWIMA

Valencian
Music
Office