OCIO/ESPECTÁCULOS | Festivales

Festivales de música: el verano entre el récord de negocio y el riesgo de saturación

La música en vivo vive uno de sus mejores momentos económicos en España, pero las cancelaciones recientes abren el debate sobre si hay público, dinero y espacio para tanta oferta

Redacción/Priego Digital
Viernes 26 de junio de 2026 - 09:45



España vuelve a afrontar un verano cargado de festivales, conciertos al aire libre y grandes citas musicales. La música en directo se ha convertido en uno de los grandes motores culturales, turísticos y económicos del país, con una facturación que no deja de crecer y una programación que se extiende desde las grandes capitales hasta municipios medianos y destinos de costa.

El sector llega a 2026 tras un año histórico. La venta de entradas para conciertos y festivales alcanzó en 2025 los 807,2 millones de euros, una cifra récord que confirma el tirón de la música en vivo y su capacidad para mover público, alojamiento, hostelería, transporte y consumo asociado.

Pero el éxito también muestra síntomas de agotamiento. La proliferación de festivales en los últimos años, el encarecimiento de los cachés artísticos, el aumento de los costes técnicos y logísticos, y un público más selectivo con su dinero han abierto un debate incómodo: ¿hay demasiados festivales?

Un modelo que llena ciudades

Los grandes festivales han dejado de ser solo acontecimientos musicales. Hoy son también productos turísticos, campañas de marca ciudad y herramientas de dinamización económica. Un buen cartel puede llenar hoteles, restaurantes, taxis, comercios y viviendas turísticas durante varios días.

En Andalucía, citas como Icónica Santalucía Sevilla Fest, Starlite, Córdoba Live, Granada Sound o grandes ciclos de conciertos han demostrado que la música puede funcionar como reclamo cultural y turístico. El público ya no compra únicamente una entrada: compra una experiencia completa.

Esa experiencia incluye el recinto, la gastronomía, la comodidad, la imagen en redes sociales, los servicios, la seguridad, los horarios y la facilidad para llegar y volver. El festival moderno compite tanto por los artistas como por el tiempo libre del espectador.

La otra cara: cancelaciones y reajustes

El problema aparece cuando la oferta crece más rápido que la demanda. En las últimas semanas se han conocido cancelaciones de eventos musicales por falta de viabilidad económica, problemas operativos o baja venta de entradas.

Uno de los casos más llamativos ha sido el del Reggaeton Beach Festival, que suspendió sus siete eventos previstos para el verano de 2026 en España, en ciudades como Alicante, Barcelona, Madrid, Mallorca,

Nigrán, Santander y Tenerife. La organización atribuyó la decisión a la falta de viabilidad económica, financiera y operativa.

No es un caso aislado. Otros festivales medianos y pequeños también han tenido que suspender o replantear sus ediciones. La situación no significa necesariamente que el público haya dejado de querer música en directo, sino que empieza a elegir más. Ya no basta con poner varios nombres conocidos en un cartel y esperar que las entradas se vendan solas.

Costes al alza y público más prudente

Organizar un festival es cada vez más caro. Suben los costes de producción, seguridad, sonido, iluminación, escenarios, personal, alojamientos, seguros, transporte y contratación artística. A eso se suma una competencia enorme entre promotores por los mismos artistas y por las mismas fechas.

Para el espectador, el festival tampoco es barato. La entrada es solo una parte del gasto. Hay que añadir desplazamiento, comida, bebida, alojamiento si el evento está fuera, aparcamiento o transporte público. En una familia o grupo de amigos, asistir a varios festivales durante el verano puede convertirse en un lujo.

Este cambio de comportamiento obliga al sector a afinar más. El público busca carteles atractivos, pero también precios razonables, comodidad, buena organización y una identidad clara. Los festivales que no se diferencian corren el riesgo de parecer intercambiables.

La importancia de tener identidad

El futuro de los festivales pasa por algo más que contratar artistas de moda. La clave está en construir una propuesta reconocible. Algunos eventos lo logran por su ubicación, otros por su estilo musical, otros por su público, por su sostenibilidad, por su formato familiar o por una experiencia más cuidada y menos masificada.

Frente a los macrofestivales, también crece el valor de los formatos más pequeños: ciclos de conciertos, noches temáticas, festivales de raíz, jazz, flamenco, música independiente o propuestas vinculadas al patrimonio. En estos casos, el atractivo no está tanto en el tamaño como en la personalidad.

Para municipios medianos y pequeños, esta puede ser una oportunidad. No todos pueden ni deben competir con grandes ciudades por artistas internacionales. Pero sí pueden crear eventos con alma, ligados al entorno, a la gastronomía, al patrimonio, al turismo rural o a una programación más cercana y coherente.

Una oportunidad también para los pueblos

En lugares como Priego de Córdoba y la Subbética, la música de verano puede convertirse en un recurso estratégico si se plantea con realismo. No se trata de copiar modelos de macrofestival, sino de apostar por propuestas sostenibles, bien producidas y conectadas con el territorio.

Conciertos en espacios patrimoniales, ciclos de música en plazas, festivales de pequeño formato, propuestas gastronómicas asociadas o programación cultural vinculada al turismo pueden generar impacto sin asumir riesgos desproporcionados.

La pregunta no es solo cuántos festivales caben en España, sino qué tipo de festivales tienen sentido. El público parece estar dando una respuesta clara: menos improvisación, más identidad, mejores servicios y una experiencia que justifique el precio.

El verano musical sigue siendo un gran negocio, pero también entra en una fase de madurez. Y en esa nueva etapa, sobrevivirán mejor quienes entiendan que un festival no es solo un cartel, sino una promesa que debe cumplirse desde que se compra la entrada hasta que se apagan las luces del escenario.